



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE LETRAS E ARTES

COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN

Thaís Cordeiro Limoeiro

PROJETO INFILTRA

Uma abordagem mais participativa e integrativa do
Design para promover engajamento estudantil

Trabalho de conclusão de curso

RIO DE JANEIRO

2018

Thaís Cordeiro Limoeiro

PROJETO INFILTRA

Uma abordagem mais participativa e integrativa do
Design para promover engajamento estudantil

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Curso de Comunicação
Visual Design da Universidade Federal do
Rio de Janeiro

Orientadora: Raquel Ponte

RIO DE JANEIRO
2018

DEDICATÓRIA

À UFRJ

Precisamos falar sobre legado, sobre zelo e sobre gratidão.

Precisamos entender o que nós podemos fazer pela sociedade à nossa volta.

Oportunidades nos são oferecidas, para que com elas possamos gerar mudança.

É nisso que eu acredito.

Tudo é obra do acaso, até começarmos a construir algo com isso.

Thaís Limoeiro

AGRADECIMENTOS

Enfim, cheguei ao término da minha formação acadêmica iniciada em 2013 e de um longo ano envolvido na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso. Posso dizer que foram anos maravilhosos, pois tive a oportunidade de contar com apoio de pessoas incríveis. Umas que sempre estiveram ao meu lado, outras compartilharam algumas jornadas durante a universidade, umas tive a alegria de conhecer no período do intercâmbio acadêmico na Alemanha e outras tantas no decorrer dos últimos semestres, entre 2017/2018.

Para externar minha imensa gratidão, tenho que deixar registrado aqui, nestas páginas preambulares, os seus nomes pois eles ficarão guardados carinhosamente na minha lembrança e no meu coração. Então, vamos lá... e preparem-se: porque a lista é grande!

Inicialmente, gostaria de ressaltar as duas mulheres essenciais para que este projeto de TCC tenha sido tão gratificante: minha orientadora, Raquel Ponte e, minha mãe, Lina.

Raquel, por ter me aceitado como sua orientanda e por ter acreditado nos meus ideais de engajamento e desejo de mudança, por ter sempre incentivado as ideias que surgiram ao longo do processo. Pelas orientações e conselhos que tanto ajudaram a tornar esse projeto possível e refinado.

Minha mãe, por ser a melhor mãe e amiga que uma filha poderia ter. Por me incentivar a fazer Design ao invés de engenharia e ter me ensinado o valor do aprendizado contínuo e prazeroso. Por ficar ao meu lado em todos os momentos, se desdobrando de diversas formas pra me apoiar e me fazer gargalhar nas madrugadas mais exaustivas.

Meu pai Eduardo e, mais uma vez, a minha mãe por terem me apoiado incondicionalmente durante todo o processo, aguentando minhas crises e variações de humor, e me ajudando a construir e a montar a instalação na UFRJ. Meu pai, em especial também, pelas comidas deliciosas que fez quando me via chegar em casa cansada da rotina de conciliação entre trabalho e projeto.

A todos participantes dos Grupos Focais por terem disponibilizado tempo de um final de semana para participar da pesquisa e por terem demonstrado muito empenho e dedicação na hora de debater, compartilhar opiniões pessoais e insights.

Aos meus amigos e, especialmente, ao Christiano Benicio por ter embarcado na ideia e essência deste projeto, fazendo sua participação exclusiva em algumas palestras assinando pelo Projeto Infiltra.

Aline Cantarelli, do Instituto Ekloos, por se prontificar em esclarecer minhas dúvidas iniciais fornecendo vários conselhos e orientações, no café da livraria Travessa.

Roberta Guizan da ESDI/UERJ por ter se disponibilizado a me receber e a apresentar o Colaboratório assim como outros membros do projeto, e pela conversa inspiradora que tivemos durante a visita.

Guilherme Monteiro do HUB de Inovação da UFRJ pela recepção super atenciosa e por me ouvir ao longo de três horas na minha primeira visita ao HUB, onde calmamente explicou um pouquinho sobre o funcionamento do espaço. Por ter se mostrado disposto a apoiar o meu projeto e se tornado um amigo e conselheiro ao longo do processo.

Bárbara Fraz da CORDE por ter me informado mais sobre as questões da comissão de trote dos cursos de CVD e PP da UFRJ.

Aos funcionários do CLA por terem sido muito solícitos e compreensíveis ao me ceder o espaço do hall do prédio da Reitoria.

Aos seguranças do prédio da Reitoria pela cordialidade e presteza demonstrada desde a etapa de montagem até a desmontagem dos materiais da minha instalação no hall.

Madalena Grimaldi, diretora da EBA, por ter se disponibilizado a me receber e ouvir a proposta do Projeto Infiltra.

Renata Sá, aluna de CVD e fotógrafa maravilhosa que se dispôs, de forma voluntária, a tirar fotos para a documentação e divulgação da instalação, após um *post* no grupo de CVD do facebook.

Carla Cipolla, professora/COPPE/UFRJ, que me permitiu viver uma experiência super enriquecedora como mentora na USIS - Unidade de Suporte à Inovação Social/LASIN.

Equipe da MJV em geral por tudo que tenho aprendido desde a minha entrada na empresa. Em especial, ao meu chefe Fabricio Astua por ter sempre se mostrado compreensivo nos momentos em que tive que adaptar minha rotina de trabalho para a execução deste projeto. Ao Heitor Varvaki pela consideração dada à minha situação nas últimas semanas de projeto. Às minhas amigas Ana Salomão, Camila Mamédio e Marcela Rodrigues por terem me dado conselhos e força diante das dificuldades diárias, principalmente, nos últimos meses de execução e também por animarem minhas horas de almoço e *happy hours*.

Aos meus amigos-irmãos Pedro Lustosa e Luiz Agner, que o intercâmbio me deu de presente. Pedro por ter compreendido sempre a minha ausência por conta do projeto e ter me apoiado nessa jornada. Luiz pelas inúmeras referências de projetos e ideias inspiradoras que me enviou, após ter tomado conhecimento do Projeto Infiltra. E também por sempre me apoiar, mesmo morando em Curitiba.

A todos os dedicados professores da UFRJ, pelos ensinamentos passados ao longo da graduação.

As instituições: Köln International School of Design, Alemanha - por ter possibilitado a perspectiva mais completa que possuo hoje do design. E por ter me recebido tão carinhosamente nessa instituição e CAPES - por ter proporcionado a experiência mais disruptiva e enriquecedora da minha vida: o intercâmbio pelo Programa Ciência sem Fronteiras, que hoje, mais do que nunca, tenho certeza de que fiz o melhor proveito de todas as oportunidades que por vocês me foram oferecidas.

Quero, de uma forma muitíssima especial, agradecer a Deus e ao Universo, independente de qualquer religião ou preceito, por me ouvir e me guiar em toda minha trajetória durante os meus 23 anos de vida.

RESUMO

O Projeto Infiltra é um trabalho de conclusão acadêmica que propõe o desenho de serviços e atividades que estimulem o engajamento e a troca de conhecimento e a realização de projetos colaborativos, entre estudantes de Design em si e com os de outros cursos da universidade. Sendo este um projeto piloto, com abertura para a experimentação de melhores caminhos, ele lidará mais com questões diagnosticadas no curso de Comunicação Visual - Design da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, visando, porém, a possibilidade de replicação e adaptação do mesmo para outros cursos dentro das instituições de ensino superior.

Palavras-chave: Design, Design Integrativo, Design Thinking, Engajamento, Aluno, Universidade, Sociedade, Colaboração, Conhecimento, Compartilhamento

ABSTRACT

The Infiltra Project (Projeto Infiltra) is a work of academic conclusion that proposes the design of services and activities that stimulate the engagement and exchange of knowledge and the accomplishment of collaborative projects between Design students themselves and with those of other university courses. Since it's a pilot project, with openness to the experimentation of better ways, it will deal more with the issues diagnosed in the course of Visual Communication Design of the Federal University of Rio de Janeiro - UFRJ, aiming, however, the possibility of replication and adaptation of it to other courses within the higher education institutions.

Keywords: Design, Integrative Design, Thinking Design, Engagement, Student, University, Society, Collaboration, Knowledge, Sharing

PREFÁCIO

Uma breve história sobre a minha tentativa contínua de entendimento sobre o que é Design

Desde que fiz minha escolha de curso superior, mudei diversas vezes meu entendimento acerca do Design. Houve fases em que acreditei não ter feito a decisão certa, pois o curso não estava sendo o que eu esperava. Desacreditei do meu potencial criativo, descobri que não desenhava tão bem quanto imaginava e percebi que não tinha levado em consideração todas as horas que teria que passar em frente a um computador executando os trabalhos.

Esses pequenos descompassos entre expectativa e realidade me acompanhavam ao longo da minha jornada de estudante de Comunicação Visual. Foi quando eu fiz o meu intercâmbio pelo Programa Ciência sem Fronteiras para a Köln International School of Design, na Alemanha, que comecei a ter contato com formas de pensar e fazer Design diferentes das que eu tinha vivenciado até então na UFRJ. Dessa forma, pude tomar conhecimento de áreas mais abrangentes do meio. Lá o curso era chamado de *Integrated Design*, que significa Design Integrado, no qual estudante pode passar seus 3 anos de curso explorando diversas áreas de aplicação do design por meio de projetos, aulas mais técnicas e ferramentais e, seminários. A não existência de uma grade de disciplinas específica que os alunos devam seguir, promove uma maior interação de alunos de diferentes níveis de experiência desde o início da faculdade.

De fato, existem prós e contras nessa forma de estrutura organizacional, mas essa troca entre os alunos recém-chegados com aqueles com mais tempo de casa, provoca, pelo o que pude observar, uma aceleração no processo de entendimento das possibilidades de atuação oferecidas pelo Design.

Nesse contexto, após dois semestres, tomei conhecimento de áreas mais abrangentes e tive, por exemplo, meu primeiro contato com o Design de Serviço. Esse contato primário veio acompanhado do termo *Design Thinking*, sobre o qual a internet, na época, oferecia explicações muito rasas. Comecei então a questionar colegas da universidade a respeito e tentar assistir mais palestras sobre o assunto. Depois de obter um melhor entendimento do Design de Serviço e do *Design Thinking*, acreditei finalmente ter encontrado uma área pela qual me interessava bastante, no universo abrangente do Design.

Ao longo de projetos de Design de Serviço, compreendi a forte relação entre Design e demanda. Como a empatia aliada à criatividade e a uma percepção aguçada poderia ser uma poderosa “arma do bem”, tornando-se claro que: se procurássemos entender as necessidades do usuário em um determinado contexto, seria muito mais fácil projetar um produto ou serviço deveras relevante e com propósito. Assim, minha compreensão sobre o papel principal do designer passou a ser: *estar sempre atento às demandas da sociedade de maneira a encontrar melhores oportunidades de projetos que visem seu desenvolvimento e melhoria.*

Ao concluir isso, comecei a tentar sanar uma ansiedade que me acompanhava desde o começo da universidade: a sensação de trabalhar sempre com algo que para mim era supérfluo e que não poderia impactar de forma significativa a sociedade. Com o tempo fui entendendo que o Design de Serviço, assim como qualquer outra área dentro do Design ou fora dele, possui uma faceta que procura atender meramente a demandas comerciais e de baixo impacto social direto. Após realizar meu primeiro estágio em uma multinacional alemã e vivenciar um pouquinho do mundo dos negócios, pude compreender que muitas demandas são apenas protocolares – fato este que ainda me gera grande incômodo. Isso significa, sob o meu ponto de vista, que muitos dos trabalhos individuais feitos no mundo dos negócios fazem parte de um processo amplo e que o nível de impacto na vida do cidadão comum é pouco relevante.

Com todas as novas descobertas e aprendizados na bagagem, retornei ao Brasil em abril de 2017 após, aproximadamente, dois anos. Na época, estava desanimada com as perspectivas de dar continuidade aos meus estudos na UFRJ, pois o curso voltaria a ser mais focado em Design Gráfico. Além disso, o prédio

onde está instalada a Escola de Belas Artes, e que tínhamos nossas aulas, havia sofrido um incêndio em outubro de 2016 e foi interditado pela Defesa Civil. Isso dificultou ainda mais a rotina dos alunos, que tiveram que ser relocados e passaram a ter que frequentar outros prédios da Ilha do Fundão, além de terem que lidar com a escassez de salas de aula.

Ao retornar, no entanto, também tive surpresas muito positivas. Além da coordenação vigente do curso ter se tornado mais eficiente, tive aulas nas quais pude ver que o curso poderia sim estar “atualizado” com o que se falava no exterior e no mercado, desde que os alunos e professores se *engajassem* para isso.

Entretanto, as inquietudes que havia trazido junto comigo continuavam ali e se somaram aos contrastes sociais, que se tornaram mais evidentes, após o meu retorno. Nos dias em que almoçava em frente ao prédio de Letras, por exemplo, era abordada diversas vezes por crianças que me pediam dinheiro ou comida. Outras vezes, por pessoas mais velhas, que também mendigavam por ali. Essas situações me traziam uma profunda tristeza e me faziam refletir: como poderia um campus universitário do tamanho da Ilha do Fundão coexistir ao lado de uma comunidade enorme como o Complexo da Maré, por exemplo? São contrastes grandes demais para simplesmente passarem despercebidos todos os dias. Voltava então a questionar a relevância dos meus estudos em uma sociedade como a nossa. Que impactos teriam os projetos que desenvolvia ali dentro? Como tudo que eu aprendia seria de fato útil para mudar a vida daquelas ou de outras pessoas? Como eu aplicaria os meus conhecimentos no futuro? Questionava também o ensino de Design na UFRJ e no geral: “Se o design muitas vezes prega que deve trabalhar com as demandas centradas no usuário e na sociedade, como podemos trabalhar basicamente com demandas fictícias, com o simples objetivo de gerar material para portfólio ou praticar técnicas de design?”

Paralelamente, durante uma de minhas aulas, descobri a existência de Projetos de Extensão e da ideia de se *devolver algo de positivo à sociedade* já que a universidade pública não pode oferecer vagas para todos os cidadãos do país.

Foi nessa fase de contestação e reflexão que comecei a pensar no meu projeto de TCC. Não sabia ao certo qual seria sua abordagem, mas sabia que o que eu estava *sentindo* e *observando* não poderia ser ignorado.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1: Diagrama representativo da Teoria da Permeabilidade do Design
- Figura 2: Esquema representativo da etapa do processo de *Design Thinking*
- Figura 3: Ilustração de outra forma de ver o processo de *Design Thinking*
- Figura 4: Encontro do Grupo Focal 1, em 14/Out/2017
- Figura 5: Encontro do Grupo Focal 2, em 12/Nov/2017
- Figura 6: Somando ideias
- Figura 7: Ideia do Coletivo: relação retroalimentar entre pertencimento e engajamento
- Figura 8: Infiltrações no teto do prédio da Reitoria, UFRJ
- Figura 9: Infiltrações no teto da Biblioteca da FAU, UFRJ
- Figura 10: Infiltrações no prédio da Reitoria, UFRJ
- Figura 11: Obras para reparar os danos causados pelo incêndio de 2016
- Figura 12: Manifesto do Projeto Infiltra impresso em risografia
- Figura 13: Resultado do *Brainstorming* da Cocriação Plus
- Figura 14: Resultado da atividade Sonhos, Críticas e Realidade
- Figura 15: Logotipo do Projeto Infiltra
- Figura 16: *Helvetica*, o filme
- Figura 17: Página retirada do manual da marca Projeto Infiltra
- Figura 18: Página retirada do manual da marca Projeto Infiltra
- Figura 19: Separação e processo de preparo do material utilizado na instalação
- Figuras 20 e 21: Instalação Infiltrações Positivas na UFRJ
- Figura 22: *Prints* do site oficial do projeto
- Figura 23: *Prints* do Instagram oficial do projeto.
- Figura 24: Participantes interagindo com a instalação
- Figura 25: Detalhes das gotas de acetato da instalação

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CAEBA - Centro Acadêmico da Escola de Belas Arte

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CLA - Centro de Letras e Arte

COPPE - Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia

CORDE - Comissão Organizadora dos Encontros Regionais de Design

CVD - Comunicação Visual Design

EBA - Escola de Belas Artes

ESDI - Escola de Desenho Industrial

FAU - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo

KISD - Köln International School of Design

LASIN - Latin American Social Innovation Network

R DESIGN - Encontro Regional de Estudantes de Design

UERJ - Universidade Do Estado Do Rio De Janeiro

UFF - Universidade Federal Fluminense

UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro

USIS - Unidade de Suporte à Inovação Social

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO | 15

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO | 15

1.2 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA | 18

1.3 OBJETIVO GERAL INICIAL | 18

1.3.1 Objetivos Específicos Iniciais | 19

2 LEITURA BIBLIOGRÁFICA | 19

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA | 20

2.1.1 Wicked Problems e *Design Thinking* | 20

2.1.2 Design de Serviço e a Comunicação Visual | 25

2.1.3 Design Participativo e a Criatividade Coletiva | 26

2.1.4 Ética no Design | 28

2.1.5 O Design e seu Ensino | 29

2.1.6 *Design Thinking* e a Teoria da Permeabilidade do Design | 32

3 METODOLOGIA - DESIGN THINKING | 34

3.1 FASE IMERSÃO | 37

3.1.1 Grupos Focais | 38

3.1.1.1 Grupo Focal 1 | 40

3.1.1.2 Grupo Focal 2 | 55

3.1.1.3 Conclusão | 63

3.1.2 Reunião do CAEBA | 64

3.1.3 Mini (R) UFRJ, 2017 | 65

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DEFINIÇÃO DO ESCOPO | 66

4.1 ANÁLISE | 66

4.2 DEFINIÇÃO: OBJETIVO GERAL DO TCC REENQUADRADO | 67

5 IDEIAÇÃO | 68

5.1 IDEIA DO COLETIVO | 69

5.2 ESCOLHA DO NAMING | 72

- MANIFESTO | 77

5.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS REENQUADRADOS (1) | 78

5.4 COCRIAÇÃO PLUS E VALIDAÇÃO | 78

5.5 PESQUISA DE SIMILARES E BENCHMARKING | 82

5.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS REENQUADRADOS (2) | 84

5.7 AJUSTE NO NAMING E FORMATO | 84

6 PROJETO INFILTRA | 84

7 PROTOTIPAÇÃO | 86

7.1 IDENTIDADE VISUAL | 88

7.2 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS DE DESIGN | 91

7.3 INSTALAÇÃO | 92

7.3.1 Adversarial Design e a Concepção da Instalação | 92

7.3.2 Processo de Construção | 93

7.3.3 Site | 100

7.3.4 Instagram | 101

8 TESTE | 102

8.1 SITUAÇÕES OBSERVADAS E ANÁLISE DOS RESULTADOS | 103

9 CONCLUSÃO E ANÁLISE RETROSPECTIVA | 105

REFERÊNCIAS | 107

ANEXOS | 108

1. INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Design não existe sem demanda. Demanda não existe sem usuário. Logo, design não existe sem usuário. A partir dessa constatação várias perguntas começam a ser feitas: O que os usuários querem? O que os usuários precisam? Qual nível de consciência eles possuem sobre essas duas perguntas?

As perguntas podem ser elaboradas de diversas formas, mas em contraponto cabe aos designers compreender o quanto de fato eles conseguem entender e influenciar no processo de preencher essas demandas. Atentando-se para o fato de que todo usuário faz parte de um contexto social. Por isso, todo e qualquer design é feito para a sociedade e a impacta de alguma maneira.

Como afirma Victor Papanek (1972), “A única coisa importante sobre o design é como ele se relaciona com as pessoas”.

Nos últimos anos, o Design vem passando por diversas mudanças, o que vem impulsionando seu reposicionamento no mercado de trabalho. Essas mudanças começam a acontecer por conta do desenvolvimento tecnológico, que cria novas demandas na sociedade e reconfigura as oportunidades de atuação e impacto na vida dos seres humanos. Para identificar essas oportunidades é preciso estar sempre atento. Perceber o ambiente no qual se está inserido é o ponto inicial de diversos processos criativos.

No entanto, nem sempre os projetos surgem de contextos que se assemelham aos quais o profissional já possui vivência, e nem por isso o Design perde seu papel e valor social, já que é principalmente em processos desse tipo que a maioria dos profissionais trabalham atualmente.

Por isso, os “bons” designers são treinados para fazer uso de métodos que estimulam e intensificam uma capacidade intrínseca em todo ser humano: a empatia. Ao se utilizar da empatia como ferramenta, estimula-se a capacidade de entendimento da situação do outro. Assim, empatizar é idealmente a fase inicial de

todo processo de design. Além disso, é por conta dela, que a maioria dos resultados de projetos fazem sentido.

Hoje, o processo de pensamento dos designers feito, muitas vezes, de maneira inconsciente, se popularizou com o termo *Design Thinking*. Esse termo foi responsável por permitir ao Design um outro patamar no mundo corporativo, atingindo as áreas de estratégia e inovação. E, é com base na estrutura flexível do *Design Thinking* que, atualmente, muitos processos têm sido executados.

Neste projeto de TCC, o leitor será levado a percorrer um case de design real e a entender as escolhas que foram feitas em cada etapa até seu resultado final.

O ponto de partida deste case é a palavra engajamento. Um dos significados atrelados a este conceito é a “participação ativa em assuntos e circunstâncias de relevância política e social, passível de ocorrer por meio de manifestação intelectual pública, de natureza teórica, artística ou jornalística, ou em atividade prática no interior de grupos organizados, movimentos, partidos etc”¹. Essa definição, nos leva a concluir que existem diversas formas de se engajar. O que será discutido nesta monografia é o significado de engajamento para cada um: O que é engajamento para você, leitor? O que leva as pessoas a se engajarem?

Em um contexto universitário, convive-se com diversos tipos de alunos, e considera-se uns mais engajados que outros. Existe o aluno engajado com as aulas, aquele que se engaja com as boas notas, aqueles que se engajam com as festas e os que se engajam socialmente. Cada um *escolhe se engajar* com o que mais se simpatiza.

Nesse sentido, deve-se procurar compreender de que forma a relação aluno e instituição ocorre. De acordo com os estudos sobre o engajamento acadêmico de Priscila Trarbach Costa e Maria Inês Corte Vitória, ambas da PUC/RS², o engajamento é um processo dualístico, onde estão envolvidos os alunos e suas motivações pessoais e também as ações e políticas por parte da instituição. Elas afirmam ainda que instituições de ensino superior que não oferecem uma infraestrutura apropriada para a “criação de espaços e situações de aprendizagem”,

¹https://www.google.com.br/search?ei=S8ShW8ecGMeewgS7jaegBg&q=engajamento+&oq=engajamento+&gs_l=psy-ab..0i67k1j0j0i67k1j0j0i67k1j0l5.7987.7987.0.19028.1.1.0.0.0.126.126.0j1.1.0....0...1.1.64.psy-ab..0.1.126....0.q9mlcxXIB6A. Acesso em: 15 jun. 2018.

² http://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2017/26956_13785.pdf. Acesso em: 25 abr. 2018.

raramente conseguirão assegurar o engajamento acadêmico. Em questão de infraestrutura podemos afirmar que o engajamento acadêmico será comprometido, assim como o social. Isso porque, de acordo com as pesquisadoras, para motivar os estudantes, é necessário fazer com eles participem e permaneçam no ambiente acadêmico.

Entretanto, tratando-se de um engajamento social é importante observar a relação que um aluno estabelece com a sociedade *por meio da universidade*. Ou seja, busca-se compreender o quanto a relação do aluno com a instituição afeta positivamente a sociedade.

Nas palavras de Alex Fiuza de Mello et al. (2009, p. 295):

É claro que não é obrigatório cursar o ensino superior para ser um bom cidadão. Mas na universidade que queremos, se a responsabilidade dos alunos pela sociedade em que vivem e que os criou não estiver bastante clara, a sua formação terá sido, sem dúvida, deficiente.

Fiuza et al. (2009) ressalta, assim, a importância de serem formados profissionais responsáveis e atentos ao que constroem no contexto que estão inseridos. Dessa forma, deve-se refletir de que forma a instituição influencia o posicionamento e reflexão sobre papel social dos indivíduos.

No contexto europeu, a professora Dulce Esteves, docente na universidade da Beira Interior (UBI), em Portugal, fala no artigo *Portas Abertas ao Cidadão*³ sobre a questão do *retorno social*. Aponta-se que a cobrança acadêmica por resultados científicos – como artigos e etc. – aumenta, enquanto ainda existem poucos programas universitários que, de fato, se relacionem com a sociedade. Na opinião da professora, ainda não há um conhecimento e interesse suficiente por parte do corpo discente em se praticar uma *cidadania interventiva*. Para Dulce: “Deve haver a clara noção de que a sociedade investe na formação universitária: ‘investe’, não ‘doa’, pois investir pressupõe um retorno”. Ela também enfatiza que “Ao estudante é exigido um papel muito mais ativo, o que só é possível se houver uma consciência de que, na sociedade atual, não basta ‘saber’, é necessário ‘saber fazer’.”

Quando absorvemos essas considerações sob a ótica do design e nos atemos ao enorme potencial prático desta disciplina, fica evidente que no contexto acadêmico o design pode e deve ter um papel muito mais ativo e transformador.

³https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/ensino_ensinosuperior/2015/03/05/ensino_ensinosuperior_interna.474102/portas-abertas-ao-cidadao.shtml. Acesso em: 25 abr. 2018.

1.2 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

O questionamento inicial surgiu a partir da necessidade de se refletir, no meio acadêmico sobre como colocamos em prática o que aprendemos na universidade em prol da sociedade ainda como alunos. Podemos perceber, na condição de alunos, que o aprendizado ao longo do curso de graduação em Design da UFRJ está muito ligado à aplicação prática, em trabalhos acadêmicos e de conhecimentos teóricos desenvolvidos a cada semestre, que variam de acordo com as disciplinas. Logo, os conhecimentos adquiridos possuem grande potencial de aplicação imediata pelos alunos e, poderiam, por exemplo, ser aplicados em demandas reais existentes na sociedade, assim como no espaço universitário, mesmo antes da conclusão oficial do curso.

1.3 OBJETIVO GERAL INICIAL

Este projeto de conclusão de curso pretende investigar como o Design pode contribuir para o engajamento social, a partir da ótica da metodologia do *Design Thinking* e do Design Participativo.

A pesquisa se desencadeou pela percepção de se existir um mau aproveitamento da energia estudantil ao longo do curso de graduação em Comunicação Visual Design da UFRJ, devido ao fato dos professores passarem tarefas/trabalhos para serem executadas em projetos fictícios quando, de fato, os alunos estão imersos em um número incontável de demandas sociais reais a sua volta, que poderiam ser aproveitadas. Em suma, a pesquisa se dá em torno da questão: Como ser útil para Sociedade por meio da Universidade? Com essa pergunta, pretende-se entender melhor o engajamento dos alunos de Design para com a UFRJ e a sociedade, buscando assim validar críticas pessoais de maneira coletiva e identificar demandas, para a partir delas desenvolver o projeto.

Ao final do processo, visa-se chegar a um produto ou serviço, mostrando também a relevância da Comunicação Visual para tangibilização desses entregáveis.

1.3.1 Objetivos Específicos Iniciais

- a) Realização de busca e leitura bibliográfica de autores que se relacionem e argumentem sobre as questões que originam essa pesquisa, visando tatear o que pode ser apurado na questão de engajamento estudantil e Design,
- b) Organização de dois grupos focais com alunos de design de três universidades públicas do estado do Rio de Janeiro e
- c) Realização de duas sessões de observação: uma durante a reunião do CAEBA - Centro Acadêmico da Escola de Belas Artes da UFRJ e outra durante um mini evento regional de Design no prédio da Reitoria da UFRJ, com o intuito de se alcançar um melhor entendimento sobre o contexto atual de engajamento dos estudantes, serão executadas.

Após o cumprimento desses objetivos iniciais, haverá momentos de análise de dados coletados e redefinição do escopo deste presente trabalho de conclusão de curso. Esses momento será chamado de *reenquadramento dos objetivos* ou *planejamentos dos passos seguintes*.

2. LEITURA BIBLIOGRÁFICA

Para começar a embasar e guiar essa pesquisa foram utilizados diversos métodos de levantamento de dados, visando tatear assuntos a serem desenvolvidos ao longo deste TCC. Entre esses métodos está a busca por assuntos e autores relevantes, que permitissem um aprofundamento em torno das questões iniciais levantadas. Além disso, visava-se obter um melhor entendimento a respeito do papel do design ao longo de sua existência.

Nesse processo, foram lidas obras de autores como: Carl DiSalvo (2012), Elizabeth Sanders (1999), Fernando Secomandi (2011), Maurício Vianna (2012), Richard Buchanan (1992), entre outros.

O filme *Ethics for Design* (2017) também contribuiu para trazer a opinião de diversos designers, com diferentes repertórios, a respeito da função que o Design exerce na sociedade e seu impacto no cotidiano da maioria da população.

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo contém os autores utilizados para a melhor compreensão do problema e embasamento teórico do trabalho.

2.1.1 *Wicked Problems* e *Design Thinking*⁴

Para Richard Buchanan (1992) nenhuma definição do Design é capaz de expressar corretamente todo seu potencial e abrangência, sendo uma atividade surpreendentemente flexível e que continua a expandir seu significado e correlações. Novas dimensões de entendimento e atuação da área continuam a surgir. Entretanto, essa maleabilidade do design gera falhas no senso de interpretação comum e, também, muitos esforços para uma compreensão mais assertiva de sua natureza.

Ao longo de seu artigo *Wicked problems in Design Thinking*, Buchanan (1992) também constatou que as quatro áreas mais conhecidas do Design (*design de comunicação visual e simbólica, design de objetos materiais, design de atividades e serviços organizados e design de sistemas complexos ou ambientes para moradias,*

⁴ É importante, desde já, esclarecer a visão de Buchanan sobre o uso do termo *design thinking*. Diferentemente do que se aparenta à primeira vista, o *design thinking* abordado por Buchanan é anterior ao termo com teor metodológico (*Design Thinking*) que se popularizou nos últimos anos. Buchanan se refere ao pensamento projetual utilizado pelo design, sem o subdividir e enfatizar etapas processuais. O foco de abordagem é a investigação e argumentação sobre a *indeterminância* dos problemas lidados pelo designers, como será visto mais a frente. Para fazer essa diferenciação, o *design thinking* de Buchanan será escrito em itálico e letras minúsculas, enquanto a abordagem metodológica de mesmo nome será escrita em itálico com letras maiúsculas: *Design Thinking*.

trabalho, lazer e estudo)⁵ vêm evoluindo e expandindo no mundo contemporâneo, afetando-o cada vez mais. Por esse motivo, argumenta que apesar de tentadora a ideia de classificar e subdividir o Design, e os profissionais que atuam nessa disciplina, em diversas categorias específicas como o designer gráfico, designer de produto, entre outras, essa segmentação não seria apropriada. Sob seu ponto de vista, todos os designers podem se utilizar dessas áreas como territórios de invenção⁶, sendo impossível criar delimitações rígidas entre elas⁷. Dessa forma, ele reconhece a abrangência do pensamento projetual do design como algo que nasce de um olhar inquieto e questionador sobre problemas e soluções existentes.

Além disso, Buchanan defende a ideia de que o Design deveria ser estudado, em um determinado grau, por todos e, mais a fundo, apenas por alguns que seriam mestre no assunto e responsáveis por explorar mais a fundo suas possibilidades. Ele defende que, no mundo contemporâneo, todos se beneficiariam se houvesse ainda cedo um entendimento sobre Design e suas áreas. Por isso, conhecimentos básicos sobre o pensamento de projeto utilizados pelo designer deveriam ser difundidos de maneira universal.

Essas quatro áreas estão interconectadas e mais do que isso, seus entregáveis se interpenetram e se fundem no *design thinking* contemporâneo e que é justamente isso que acarreta em soluções inovadoras. Logo, não faz sentido haver diferenciação em termos de ordem e relevância entre elas (BUCHANAN, 1992).

No século XX, diversas conferências interdisciplinares buscaram esclarecer uma abordagem do design como uma disciplina integrativa. Durante essas conferências o interesse dos participantes, que muitas vezes vinham de outras profissões e disciplinas, convergia no tema: “a concepção e planejamento do artificial”⁸, outras definições e diferentes especificações sobre sua metodologia eram vistas apenas como meras variações deste grande tema.

⁵ “design of symbolic and visual communication”, “design of material objects”, “design of activities and organized services” e “design of complex systems or environments for living, working, playing and learning” (BUCHANAN, 1992, pp. 9-10).

⁶ “places of invention” (BUCHANAN, 1992, p. 10).

⁷ Em um determinado momento surgiu uma reflexão pessoal sobre a possível relação entre esse argumento de Buchanan e o conceito do curso de bacharelado em *Integrated Design*, nome oficial do curso de design da KISD - Köln International School of Design, Alemanha.

⁸ “the conception and planning of the artificial” (BUCHANAN, 1992, p. 14).

Uma das questões que dificultam o entendimento dos cientistas e, conseqüentemente, o diálogo entre eles e os designers é o fato de que o design não se enquadra em nenhuma disciplina científica ou humanista. Por esse motivo, muitos profissionais e acadêmicos ligados a essas áreas insistem em tratar o design como uma mera arte decorativa (BUCHANAN, 1992).

Para argumentar sobre esse limbo indefinido que se encontra o design como disciplina, é necessário entender qual o objeto de trabalho do design. Durante os anos de 1960, alguns designers e teóricos da disciplina passaram a defender a formulação de um processo linear para o design, dividindo-o no geral em duas grandes etapas: definição do problema e solução do problema. No entanto, críticos alegaram que o *design thinking* e o ato de tomar decisões não eram tão simples e lineares e que na prática os problemas tratados pelo design não se reduziram a nenhum tipo de processo que pudesse ser definido e definitivo. Horst Rittel (*apud* BUCHANAN, 1992), por exemplo, embasou sua crítica introduzindo a abordagem dos *wicked problems*^{9 10}. O mais relevante na opinião de Buchanan (1992) era que essas novas abordagem abriam caminho para a reflexão sobre a relação entre *determinância* e *indeterminância* no pensamento projetual do design. Essa *indeterminância* seria, em essência, o fato que justificaria o porquê dos problemas abordados pelo design possuírem natureza incondicional e ilimitada.

Dessa forma, Rittel elaborou uma lista, em 1972, com dez propriedades dos *wicked problems* das quais aqui é importante ressaltar:¹¹

- soluções para problemas complexos não podem ser consideradas verdadeiras ou falsas, apenas boas ou ruins;
- para resolver *wicked problems* não existe uma lista limitada de operações plausíveis;

⁹ “*wicked problems*” podem ser traduzidos de diferentes formas na língua portuguesa, entre elas: problemas complexos, capciosos ou perversos. Nesta monografia, ele será escrito em sua língua de origem com o intuito de evitar qualquer perda de significado e tendências interpretativas que possam ocorrer na escolha de uma dessas traduções plausíveis.

¹⁰ Nas palavras de Rittel: “class of social system problems which are ill-formulated, where the information is confusing, where there are many clients and decision makers with conflicting values, and where the ramifications in the whole system are thoroughly confusing” (RITTEL *apud* BUCHANAN, 1992, p.15).

¹¹ Foram selecionados alguns tópicos, considerados mais relevantes para esta monografia, da lista de Rittel enumerada por Buchanan, em seu artigo *Wicked Problems in Design Thinking* (1992, p.16).

- para cada *wicked problem* existe sempre mais de uma explicação possível, e as explicações dependerão do repertório de vida¹² do designer;
- todo *wicked problem* é um sintoma de um outro problema maior e
- nenhuma formulação e solução de um *wicked problem* possui um teste definitivo.

Buchanan (1992) elabora, então, a relação entre a *indeterminância* e a *wickedness* do problema, justificando que o objeto de trabalho e estudo do design varia, sendo assim único e dependente das questões de uma conjuntura específica. “O tema de estudo do design é potencialmente de escopo universal pelo fato de que *design thinking* pode ser aplicado a qualquer área da experiência humana”¹³. Essa constatação contrasta drasticamente com a ideia tradicional das ciências de se trabalhar com um assunto específico e concreto. Buchanan defende, assim, a ideia de que todo projeto de design começa com um *pseudo-tema*¹⁴, que é suposto e delimitado por questões específicas do contexto do projeto. Nesse sentido, o “designer molda hipóteses de trabalho adequadas para circunstâncias especiais”¹⁵.

Dessa forma, ao se tratar de metodologia, Buchanan (1992) discorre sobre a ideia de que significações e reposicionamentos de contextos e conceitos sob diversos aspectos e sob os pontos de vista das partes envolvidas são de essencial importância ferramental no processo do design. Os designers possuem, assim, a capacidade de reposicionar conceitos e pontos de vistas dentro de um determinado *framework* e, é nessa capacidade que encontra o potencial inovador dos projetos. É um desejo de quebrar paradigmas pré-estabelecidos. Essa capacidade de enxergar por novos ângulos e fazer novas atribuições antes impensadas é uma das formas de estimular a criatividade em circunstâncias concretas (BUCHANAN, 1992). Dessa forma, o design naturalmente trabalha com a criação de novos significados,

¹² Rittel utiliza originalmente a palavra *Weltanschauung*, que também pode ser traduzida do alemão pelo conceito filosófico de cosmovisão ou concepção de mundo. Buchanan elucida esse conceito como “*identifies the intellectual perspective of the designer as an integral part of the design process*”.

¹³ “*The subject matter of design is potentially universal in scope, because design thinking may be applied to any area of human experience*” (BUCHANAN, 1992, p.16).

¹⁴ “*quasi-subject matter*” (BUCHANAN, 1992, p.17).

¹⁵ “*designer fashions a working hypothesis suited to special circumstances*” (BUCHANAN, 1992, p.18).

desafiando “padrões de pensamento, comportamento e sentimento” (VIANNA et al., 2012, p.14).

Vianna et al. (2012) afirmou que qualquer ser humano é um Design Thinker nato. Há porém, nos designers profissionais mais prática do uso do pensamento abduutivo. Utilizando essa forma de pensar o designer formula “perguntas a serem respondidas a partir das informações coletadas durante a observação do universo que permeia o problema” (VIANNA et al., 2012, p. 13).

O designer enxerga como um problema tudo aquilo que prejudica ou impede a experiência (emocional, cognitiva, estética) e o bem-estar na vida das pessoas (considerando todos os aspectos da vida, como trabalho, lazer, relacionamentos, cultura etc.). Isso faz com que sua principal tarefa seja identificar problemas e gerar soluções (VIANNA et al., 2012, p.13).

A metodologia que guia o projetar do design se popularizou, de uma forma totalmente genérica e previsível, como *Design Thinking* e se refere à forma do designer de pensar que “trabalha em um processo multifásico e não linear - chamado *fuzzy front end*”¹⁶, o que permite a experimentação e feedback constante podendo assim, retornar, corrigir e alterar etapas e aspectos que já tenham sido definidos. Dessa forma, o erro é visto como aprendizado e promove o encontro com novas alternativas e possibilidades de atuação. “É essa habilidade de se desvencilhar do pensamento lógico cartesiano, que faz com que o designer se mantenha “fora da caixa” (VIANNA et al., 2012, p. 13-14).

Os projetos também devem ser executados colaborativa e multidisciplinarmente, pois quanto mais diversas as perspectivas e abordagens sob as quais os contextos dos projetos são analisados, mais completas e inovadoras serão as ideias e soluções geradas (VIANNA et al., 2012). Sob essa perspectiva, Vianna et al. enfatiza o papel integrador do designer e o caráter facilitador e universal da metodologia.

¹⁶ Processos *fuzzy front end* também são caracterizados por não ser possível visualizar no início do projeto uma solução. Na maioria das vezes, isso ocorre porque o emaranhado de informações gerado nas primeiras fases para entender o contexto, não permite o vislumbamento de horizonte e resultado final.

Em síntese, Buchanan não acreditava na existência de um processo linear de *design thinking* e Vianna et al. também esclarece que o conjunto de métodos utilizados pelo Design Thinking não é passível de uma ordem fixa, é um processo de idas e vindas, podendo ser estruturado e readaptado de acordo com a situação específica de cada situação e objeto de trabalho. É possível notar, assim, que essas óticas a primeira vista divergentes pela subdivisão em etapas provenientes da metodologia, convergem na prática, já que a indeterminância do Design Thinking está na permutações infinitas entre os métodos e sequência de etapas escolhidas caso a caso¹⁷.

2.1.2 O Design de Serviço¹⁸ e a Comunicação Visual

No artigo *The Object of Service Design* de Fernando Secomandi e Dirk Snelders (2011), os autores buscam uma melhor compreensão sobre o objeto de estudo e trabalho ao se tratar de serviços sob a ótica do Design. Durante a argumentação, é possível perceber a diferença entre o tangível e o intangível na diferenciação entre categorização de produtos e serviços.

Nesse contexto, o conceito de *touchpoints* assume um papel central. É cabível dizer que os “designers de serviço criam múltiplos contatos, ou *touchpoints*, entre organizações de serviços e seus clientes, incluindo artefatos materiais, ambientes, encontros interpessoais, e mais”¹⁹ (MAGER *apud* SECOMANDI; SNELDERS, 2011, p. 20). Quando compreendemos as inúmeras possibilidades de realização desses pontos de contato, também entendemos a importância de se haver um estudo sobre qual a melhor solução para se adotar caso a caso, de acordo com o projeto.

¹⁷ Mais sobre a metodologia contemporânea do *Design Thinking* será falado ao longo desta monografia.

¹⁸ A tradução mais comum de *Service Design* no Brasil é “Design de Serviços”, no plural. No entanto, nesta monografia, a abordagem será feita no singular: Design de Serviço, seguindo a lógica da tradução literal e das demais “áreas” do design que também são expressas no singular, por exemplo Design Gráfico, Design de Produto, Design de Moda, etc. Além disso, já foram assistidas palestras em que se foi discutida a utilização e disseminação da versão no singular, considerando-a “mais correta”.

¹⁹ “that service designers create multiple contacts, or touchpoints, between service organizations and their clients, including material artifacts, environments, interpersonal encounters, and more.”

Assim, ao se entender a relevância dos *touchpoints*, considerando-os interfaces do serviço entre o usuário e quem o projeta, entendemos também a relevância do Design de Serviço em si. Muitas vezes, eles definem a forma como os usuários se relacionam com um determinado serviço e as impressões que absorvem do mesmo com seus sentidos humanos (SECOMANDI; SNELDERS, 2011). Dessa forma, argumentou Secomandi et al. (2011), “Design, em serviços, pode ser relacionado à coordenação de um conjunto variado de recursos sociotécnicos, conduzindo para formas inovadoras de troca entre provedores e clientes”²⁰ (SECOMANDI; SNELDERS, 2011, p.29) e defende ainda que “recursos intangíveis devem se tornar efetivos por meio de interfaces físicas (...)”²¹ (SECOMANDI; SNELDERS, 2011, p.31).

Essas manifestações tangíveis são um dos pontos que devemos nos ater nesta monografia, pois, por serem heterogêneas, oferecem múltiplas possibilidades a serem exploradas em um TCC de graduação em Design com foco em Comunicação Visual. Em sequência, ao longo do processo de desenvolvimento deste projeto será possível acompanhar a elaboração de diversos entregáveis, dentre eles os visuais, visando-se materializar e acionar os objetivos e resultados planejados.

2.1.3. Design Participativo e Criatividade Coletiva

Em 1999, Elizabeth Sanders discorreu sobre as tendências na forma de criarem projetos de Design cada vez mais participativos, isto é: o foco no usuário iria além das tentativas de se extrair um maior entendimento sobre eles nas etapas imersivas e ideacionais. Passaria a haver uma participação *cada vez mais efetiva* dos próprios usuários em diversas etapas dos processos de design. A cientista

²⁰ “*design in services can be related to the coordination of a varied set of sociotechnical resources, leading to innovative forms of exchange between providers and clients.*”

²¹ “*...intangible resources must be actualized through an interface that is material and available to bodily perception*”.

social alega ainda que partia das próprias pessoas a vontade de “se expressar e participar direta e proativamente no processo de desenvolvimento do design”²².

Naquela época, já se começava a falar sobre Design de Experiência, e por ser a experiência uma atividade construtiva nunca seria possível projetá-la de fato. Entretanto, se houvesse uma forma de acessar de fato as vivências dos usuários (passado, presente e futuro desejáveis) elas poderiam servir como uma forma de inspiração e ideação para o design e, dessa forma, os designers seriam mais capazes de “projetar experiências (SANDERS, 1999).

Sanders (1999) indica, então, diversas formas existentes de se acessar partes da concepção de mundo e vivências das pessoas. Contudo, para se acessar partes tácitas e latentes²³ e dessa maneira entender ainda melhor o que os usuários sentem, sonham e imaginam são necessárias *make tools*. Essas novas ferramentas seriam baseadas em métodos generativos e visuais que quando equilibrados com os verbais permitiriam uma melhor participação dos usuários no processo criativo, como uma forma democrática de comunicação entre os *stakeholders* e os projetistas.

O surgimento dessas novas ferramentas impactariam, na opinião de Sanders, cada vez mais as funções dos designers profissionais e eles deveriam gradativamente participar da concepção e construção *dessas próprias ferramentas*, junto com outros profissionais como cientistas sociais. Todas essas mudanças conjunturais também refletiram fortemente no ensino de design. Na comunicação visual por exemplo, seria necessário ir além da expressão individual e, também se envolver na criação de novas ferramentas.

Nesse contexto, Sanders ainda apresenta sua visão sobre *postdesign*. Na sua opinião, os indivíduos já estavam prontos e almejavam uma mudança de mentalidade, no qual se tornaria possível a expressão individual de cada um por meio de ferramentas visuais democráticas. Sendo de especial importância o “reconhecimento de que todas as pessoas têm algo a oferecer”²⁴. Logo, o *postdesign* seria um co-design participativo, otimizando os entregáveis de modo

²² “People want to express themselves and to participate directly and proactively in the design development process” (SANDERS, 1999, p. 20).

²³ Ela alega que as necessidades só são reveladas com a chegada do futuro.

²⁴ “...the recognition that all people have something to offer...” (SANDERS, 1999, p. 24).

que esses fossem mais assertivos no encontros dos desejos e necessidades dos usuários finais. Por fim, o *postdesign* deveria buscar uma forma de manter uma ressonância constante entre os usuários e os designers²⁵.

2.1.4. Ética no Design

Outra referência relevante para a concepção deste TCC foi o filme *Ethics for Design*, publicado em 8 de setembro de 2017, dirigido por Gauthier Roussilhe et al. Nesse documentário, diversos designers são convidados a compartilhar um pouco de suas visões individuais sobre o papel e responsabilidade dos designers no mundo. A primeira questão levantada no filme é “O que um designer faz?”²⁶. Neste tópico Peter Bil’ak, criador da revista *Works that Work*, comentou que um dos motivos que o levou a criar essa revista foi seu incômodo com o fato de que a maioria das revistas sobre design, fossem feitas por designers e direcionada a designers. Em sua opinião, há uma contradição entre essa “bolha” na qual ocorrem discussões sobre design e o fato da maioria dos designers acreditarem que seus trabalhos são relevantes para todos e que, por esse motivo, podem transformar o planeta. Muitos desses profissionais pregam que o design pode atingir diferentes níveis da sociedade e ser aplicado em diferentes trabalhos. Entretanto, na opinião de Bil’ak, na prática, o design e os debates em torno dele ainda acontecem de maneira muito isolada. Além disso, ele também comenta que gostaria de ver publicações que falassem mais de ideias do que aparências, simplesmente.

Muitos dos entrevistados falaram sobre o conflito do potencial do designer de ser agente de mudança sendo ofuscado e até mesmo bloqueado pela necessidade de atender ao mercado. James Auger, por exemplo, considera a indústria para a qual o design atua na maioria das vezes bem problemática, já que muitas vezes são projetados objetos e serviços que só alguns - poucos - podem arcar.

²⁵ Sanders não se aprofunda em uma abordagem de design totalmente interdisciplinar, mas nesse caso, a ressonância caberia: “entre os usuários e a *equipe multidisciplinar do projeto*”.

²⁶ “*What does a designer do?*” (Ethics for Design, 2017).

Para Bil'ak os designers possuem, de fato, uma capacidade para gerar mudança social, porém eles são contratados pelas empresas para vender mais e aumentar o consumismo. A obsolescência programada, tanto no sentido tecnológico como no social, isto é, quando um objeto antigo passar deixa de ser atraente, é um fator com os quais os designers devem lidar quando trabalham para o mercado capitalista e, isso pode desencadear diversos questionamentos éticos. Tais questionamentos reverberam reflexões quanto à necessidade de se sobreviver economicamente *versus* exercer um ativismo profissional.

Também no filme, Antoine Fenoglio destaca que, imersos na era digital, em que aparelhos continuam afastando as pessoas umas das outras, o papel do designer deve ser de *criar diálogos*. Nesse sentido, avalia, observando uma retrospectiva histórica, que o valor do design antes estava na quantidade de peças que um designer era capaz de vender e que daqui para frente será cada vez mais o tamanho e a importância do diálogo que o designer pode criar entre *stakeholders* e pessoas com diferenças sociais e culturais. Em suma, o valor do diálogo está crescendo em comparação ao valor da produção.

2.1.5. Design e Seu Ensino – Um Questionamento Crítico

- *Sobre: Prática X Teoria e minha experiência ao longo de 5 anos de estudos*

Retomando um pouco do contexto das palavras escritas no prefácio desta monografia, percebi a existência de uma incongruência entre a proposta profissional dos designers e o que de fato se aprende durante os 5 anos de graduação. Há uma problemática que ronda o ensino do design e se agrava com o discurso e com a prática proferida por muitos profissionais graduados nesta disciplina.

Citando como exemplo a Semana de Design Rio, pode-se observar que poucos são os frequentadores dos eventos de design que não sejam designers. Isso deve acontecer, na verdade, na maioria dos eventos de disciplinas que se propõem a tratar de assunto de interesses mais específicos. E, caso o design se

posicionasse com uma proposta mais fechada de conteúdo, esse fato seria coerente. Entretanto, o que de fato ocorre é uma discordância entre a proposta profissional e a proposta de ensino.

O Design vem se reinventando nas últimas décadas e se tornando uma disciplina que estimula cada vez mais a interdisciplinaridade e nos últimos anos essas mudanças vem se acelerando com o emergência de novas tecnologias e consequentemente novas demandas.

Os designers tentam se colocar muitas vezes como profissionais de atuação interdisciplinar, argumentando que são capazes de realizar projetos que abrangem diversas áreas ou que demandam habilidades e conhecimentos mais específicos e, com o que de fato eu concordo. No entanto, pela minha experiência pessoal, pude verificar que o ensino do design no curso de bacharelado não se mostrou suficiente para que só com ele, fosse possível oferecer essa visão e fazer com que a maioria dos estudantes sintam-se seguros e capacitados para atuar desta forma. Uma das causas dessa insuficiência pode ser as poucas aulas que estimulam de fato uma integração e troca com outros cursos do meio acadêmico.

O problema de ensino está no que os designers se propõem a ser no seu discurso atual em comparação ao que de fato são e conseguem implementar. E, creio que cabe uma reflexão sobre a questão: “Serão, de fato, efetivas as soluções propostas pelos designers?”. Essa inconsistência dificulta o empoderamento dos estudantes que se formam e prejudica a construção de um questionamento crítico e de um entendimento sobre o papel profissional de cada um.

Consequentemente, contribui-se para a formação de uma mentalidade medíocre do Designer e Comunicador Visual, considerando ele apenas um executor. Não há um encorajamento de fato para que os designers-alunos se posicionem com um papel de liderança social.

Em 1992, Buchanan já chamava atenção para a falha de se incluir designers apenas no final do processo, quando estes na verdade deveriam ter a visão e ideia do todo. Afirma ainda que os “...designers deveriam ser reconhecidos tanto pela habilidade de conceber produtos assim como a de planejá-los”²⁷ (BUCHANAN, 1992, p.17). Ele critica inclusive os *briefings*, alegando que muitas vezes são

²⁷ “...designers should be recognized for their ability to conceive products as well as plan them”.

hipóteses errôneas de soluções e que o processo de participação dos designers no projeto deveriam começar anterior a eles.

Também não há um estímulo efetivo ao trabalho em equipe. Muitos estudantes se acomodam com seus grupos sociais e não buscam variar o grupos dos trabalhos, o que impede uma troca mais efetiva de conhecimentos na prática tanto intra quanto interdisciplinar e não estimula a cultura do feedback.

Para finalizar esta parte, abaixo está a passagem de Donald Norman (2010) em seu artigo: *Why design education must change*, para maiores reflexões:

Nos primórdios do design industrial, o trabalho era principalmente focado em produtos físicos. Hoje, entretanto, designers trabalham com estruturas organizacionais e problemas sociais, em design de interações, serviço e de experiência. Muitos problemas envolvem questões sociais e políticas complexas. Como resultado, designer viraram cientistas aplicados de comportamento, mas eles são lamentavelmente pouco educados para tanto. Designer frequentemente falham ao tentar entender a complexidade das questões e a profundidade dos conhecimentos já existentes. Eles clamam que olhos frescos podem produzir novas soluções, no entanto se perguntam porque essas soluções são raramente implementadas, ou se implementadas, porque elas falham. Um olhar fresco pode de fato produzir resultados inspiradores, mas os olhos também devem ser educados e bem informados. Designers muitas vezes não têm o conhecimento necessário. As escolas de design não treinam os estudantes sobre essas questões complexas, sobre as complexidades interligadas do comportamento humano e social, sobre as ciências do comportamento, tecnologia e negócios. Há pouco ou nenhum treinamento em ciência, método científico e planejamento experimental²⁸ (NORMAN, 2010).

²⁸ “In the early days of industrial design, the work was primarily focused upon physical products. Today, however, designers work on organizational structure and social problems, on interaction, service, and experience design. Many problems involve complex social and political issues. As a result, designers have become applied behavioral scientists, but they are woefully undereducated for the task. Designers often fail to understand the complexity of the issues and the depth of knowledge already known. They claim that fresh eyes can produce novel solutions, but then they wonder why these solutions are seldom implemented, or if implemented, why they fail. Fresh eyes can indeed produce insightful results, but the eyes must also be educated and knowledgeable. Designers often lack the requisite understanding. Design schools do not train students about these complex issues, about the interlocking complexities of human and social behavior, about the behavioral sciences, technology, and business. There is little or no training in science, the scientific method, and experimental design”.

2.1.6. *Design Thinking* e a Teoria da Permeabilidade do Design

- A Ramificação, Reintegração e “Reacionabilidade” das Artes e Ciências

Quando Buchanan (1992) defende a ideia de que o Design deve ser considerado uma arte liberal, ele também explica que durante a Renascença até o auge século XIX as disciplinas eram percebidas como algo único, integrando a experiência humana à gama de conhecimentos disponíveis na época. No entanto, já no final do século XIX essas disciplinas começaram a ser estudadas de maneira cada vez mais aprofundada e específica /individual. Consequentemente, os estudos foram se dividindo e subdividindo até chegar ao que ele chama, em tradução livre, de uma “colcha de retalhos de especializações” (BUCHANAN, 1992, p. 6).

Buchanan continua argumentando que a medida que essas especializações se tornaram importantes para o avanço do conhecimento, seus fragmentos perderam muito de seu propósito prático, pois as disciplinas perderam a conexão que possuíam entre si e com as questões cotidianas. Dessa forma, começou-se uma busca por disciplinas integrativas no século XX, com o objetivo de movimentar o conhecimento para além das bibliotecas e laboratórios e reacioná-los em prol do bem-estar humano.

Para isso, o pensar do design surge com o relevante papel de conectar e integrar conhecimentos das artes e das ciências considerados úteis de acordo com os problemas e propósitos do contexto presente. Assim, afirma que cabe aos designers unir prática e teoria para novos propósitos produtivos.

Com base nessa teoria, foi criado um diagrama refletindo a minha interpretação sobre a função do Design como uma *disciplina integrativa atuando na “colcha de retalhos de especializações”*.

O diagrama foi nomeado de *Teoria da Permeabilidade do Design - a Ramificação, Reintegração e Reacionabilidade das Artes e Ciências*.

Esse diagrama visa enfatizar a ideia de que a partir do século XX o *Design* passa a ser uma *disciplina integrativa com potencial para reintegrar e, por conseguinte, acionar o conhecimento desenvolvido dentro das ciências e das artes*.

**Teoria da Permeabilidade do Design: a Ramificação,
Reintegração e “Reacionabilidade” das Artes e Ciências**

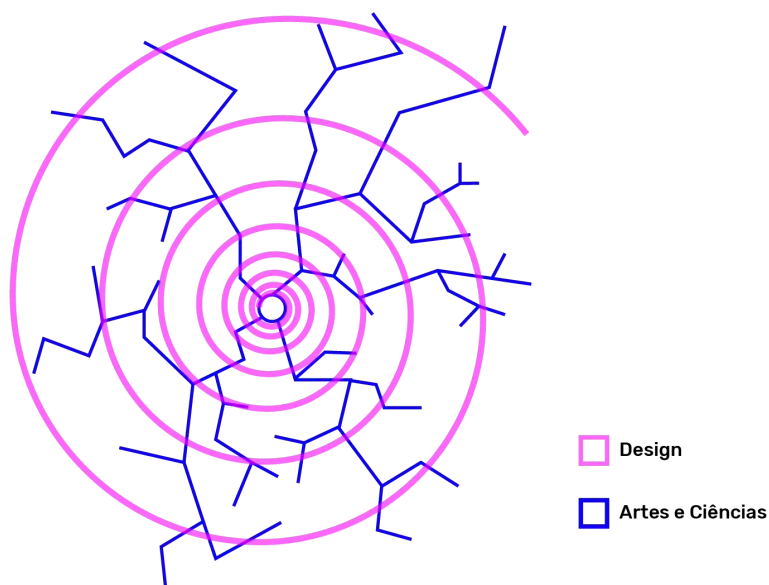


Figura 1: Diagrama representativo da Teoria da Permeabilidade do Design.

Entretanto, Buchanan relatava, já em 1992, que havia-se pouco espaço para a discussão entre designers e membros da comunidade científica, dificultando reflexões a respeito da natureza mais abrangente do Design e sua relação tanto com as Artes quanto com as Ciências. Esse fato também inviabilizava integrações e interações produtivas, que concretizassem ideias inovadoras em resultados tangíveis. Isso porque essa dificuldade de diálogo e reflexão acarretava a falta de uma inteligência prática que fosse responsável por essa transição efetiva, o que dificulta, inclusive, um entendimento mais claro sobre o design e contribui para mantê-lo no contexto/categoria tradicional de artes e artesanato.

Assim sendo, quando Buchanan (1992) argumenta sobre o posicionamento do design como uma *disciplina integrativa*, cita a utilização de um *princípio de relevância* sobre os conhecimentos científicos. Esse princípio é necessário justamente no momento em que o designer busca novos ângulos de análise de um

contexto ou molda novas formas de se trabalhar em determinados contextos. E, é esse *princípio de relevância* que guia o designer a coletar em prol do planejamento de um entregável (BUCHANAN, 1992).

Historicamente podemos perceber, no entanto, que a variadas disciplinas que se utilizaram de algum modo do design “tenderam a considerar o design como uma versão aplicada de seus próprios conhecimentos, métodos e princípios”²⁹ e “tratam o design como uma *demonstração prática* dos princípios científicos daquela matéria de estudo”³⁰ (BUCHANAN, 1992).

Devido a esse tipo de consideração e tratamento observados por Buchanan (1992), é extremamente relevante esclarecer que o design possui de fato um papel de acionar as ciências e os conhecimentos desenvolvidos nas disciplinas individualmente. Porém, mais relevante do que isso é o *papel mapeador e integrador do design, para somente assim e a posteriori acionar os conhecimentos vistos como pertinentes em prol do planejamento de uma solução mais eficaz para os wicked problems*.

Pelo exposto, é possível verificar no planejamento do designer a evidência da *tecnologia*³¹ do Design. Nesse planejamento estão todas suas escolhas baseadas no empenho para integrar os conhecimentos de novas formas de acordo com os contextos e as demandas identificadas (BUCHANAN, 1992).

3. METODOLOGIA - *DESIGN THINKING*

A metodologia do *Design Thinking* foi escolhida por diversos motivos. O principal deles foi o de criar algo relevante por meio da empatia e da percepção de um contexto. Outro, tão relevante quanto, foi pelo foco da pesquisa e o entregável final do projeto ainda não estarem definidos.

²⁹ Passagem completa em inglês: “...each of the sciences that have come into contact with design has tended to regard design as an “applied” version of its own knowledge, methods, and principles” (BUCHANAN, 1992, p.19).

³⁰ “...treat design as a practical demonstration of the scientific principles of that subject matter” (BUCHANAN, 1992, p.19).

³¹ Buchanan adota a *tecnologia* como sendo mais do que um estereótipo de produto e sim uma *disciplina de pensamento sistemático*”.

Ademais, em diversas fases do *Design Thinking* existem dinâmicas que devem ser executadas de maneira colaborativa, promovendo ao longo do processo o engajamento e participação que almejava-se alcançar com os resultados finais do projeto. As fases desta metodologia são:

Imersão: segundo Vianna et al. (2012) “a primeira etapa do processo tem por objetivo a aproximação do contexto do projeto.” Com o aprofundamento desta etapa são compreendidas as “necessidades do atores envolvidos no projeto e prováveis oportunidades que emergem do entendimento de suas experiências frente ao tema trabalhado” (VIANNA et al., 2012, p.16).

Para o levantamento de dados exploratórios, nesta etapa, foram utilizados dois métodos principais:

- a) Grupos focais: responsáveis por trazer insumos qualitativos; no caso deste TCC, para entender como os alunos se engajam com a universidade e como eles encaram o papel do estudante perante a sociedade.
- b) Observação: participação em momentos da vida estudantil para manter a empatia e o entendimento atualizados sobre o contexto.

Análise e síntese: Após o levantamento de dados da fase anterior, essa etapa “tem como objetivo organizar esses dados visualmente, de modo a apontar padrões que auxiliem a compreensão do todo e identificação de oportunidades e desafios” (VIANNA et al., 2012, p.16).

Ideação: nesta fase, “busca-se gerar ideias inovadoras através de atividades colaborativas que estimulem a criatividade.” “as ideias geradas são filtradas com base em critérios como objetivos, viabilidade e verificando se elas atendem as demandas pretendidas” (VIANNA et al., 2012, p.17). Planejou-se para esta fase um momento inicial individual, e um segundo momento coletivo:

- a) Sessões de *brainstorming* individual: foram realizadas com o intuito de se elaborar o maior número de ideias possíveis para o resultado final deste TCC.
- b) Sessão de cocriação: segundo Vianna et al. (2012, p.105) “cocriação se refere a qualquer ato de criatividade coletiva (compartilhado por duas ou mais pessoas).” Em uma sessão os participantes contribuem com *insights* e ideias para criar ou aprimorar uma ideia comum.

Prototipação: essa etapa é essencial para começar a tornar as ideias abstratas em soluções concretas. É um momento de grande aprendizado, pois quando essas ideias se tangibilizam surgem novas questões com relação à proposta de solução, antes não percebidas (VIANNA et al., 2012).

Teste: é uma fase que nem sempre aparece explicitada nos processos de *Design Thinking*, pois alguns acreditam que ela já está implícita em todo o processo e no estímulo ao *feedback* proposto pela metodologia. No caso deste TCC, houve momentos marcantes que foram considerados teste com os usuários. Por isso, a explicitação dessa fase aqui.

O *Design Thinking* é uma metodologia que trabalha com um processo de idas e vindas, o que pode ser atestado nas afirmações de Vianna et al. (2012): “... a Análise e Síntese, assim como as demais etapas descritas neste livro, não deve ser encarada como um passo linear de um processo, mas sim como um pedaço de um todo emaranhado onde cada etapa permeia outra”. Ele também alega que as etapas não possuem uma ordem correta a ser seguida, que os métodos adotados são de livre escolha e variam e se adaptam de acordo com o projeto³².

³² Ao longo deste TCC houveram, por exemplo, diversos momentos de pesquisa *desk* para validação e aprofundamento em questões que foram surgindo durante seu desenvolvimento.

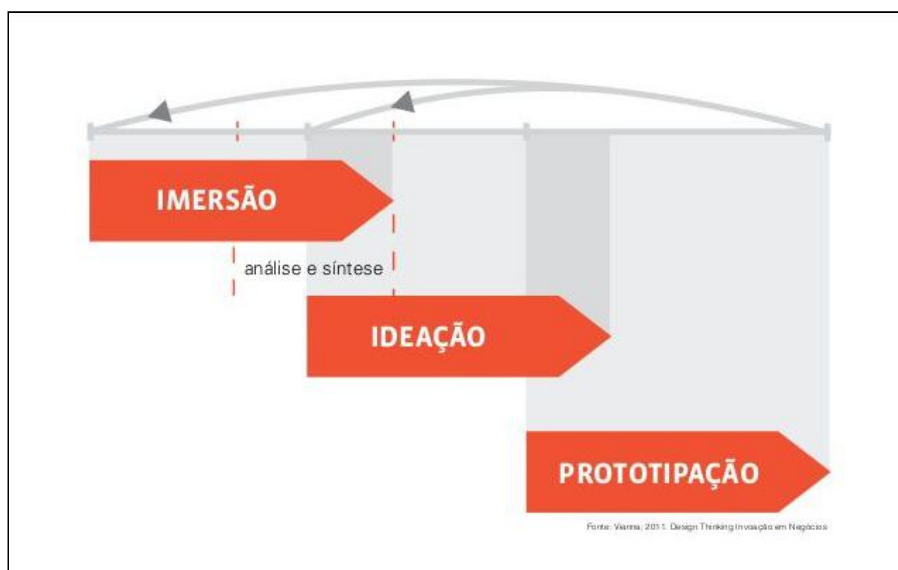


Figura 2: Esquema representativo da etapa do processo de *Design Thinking*.

Fonte: Design Thinking - Inovação em Negócios, MJV, 2012.

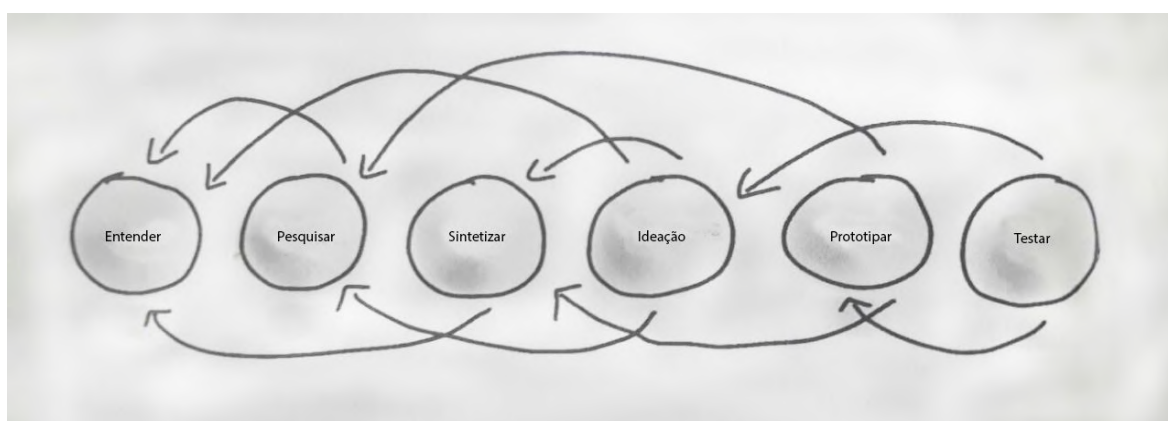


Figura 3: Ilustração de outra forma de ver o processo de *Design Thinking* e suas etapas, principalmente sua flexibilidade metodológica para idas e vindas.

Fonte: Adaptação e tradução do livro *30 Minuten Design Thinking*, de Jochen Gürtler e Johannes Meyer

3.1 FASE IMERSÃO

Inicialmente, foi criada uma lista de temas para entender mais clara e visualmente aqueles que seriam trabalhados ao longo da fase imersiva. Em seguida, para levantar dados exploratórios que pudessem validar os questionamentos

personais iniciais, foram organizadas algumas dinâmicas de caráter colaborativo, pois como o projeto era abordar participação e engajamento, as metodologias utilizadas pretendiam dar prioridade em extrair informações e *insights* coletivos.

Seguindo a metodologia do *Design Thinking*, a fase de Imersão ajuda a entender o contexto da inquietação inicial e empatizar com os principais atores do processo em foco.

Essa fase é importante para se obter *insights* e criar critérios norteadores para fases posteriores. Uma imersão bem-feita e atenta aos anseios latentes dos stakeholders é essencial para sucesso do projeto e criação de soluções que façam sentido.

As principais questões³³ que devem ser respondidas nessa fase são:

- O que as pessoas falam?
- Como agem?
- O que pensam?
- Como se sentem?

3.1.1 Grupos Focais

Segundo o *DELFT Design Guide* (2013), os Grupos Focais podem ser utilizados em diversas etapas do processo de Design. Em cada etapa eles possuem uma função diferente podendo, por exemplo, guiar na escolha de um entre diversos conceitos e caminhos possíveis, adquirindo-se de maneira rápida um panorama sobre as necessidades do conjunto de pessoas que possuem algo em comum e se deseja explorar/público-alvo. Por esses motivos, um dos métodos adotados na fase de Imersão foi o Grupo Focal, tendo em vista que através dele seria possível validar minhas críticas e inquietações pessoais e explorar novos insights com a opinião de outros estudantes.

³³ (VIANNA et al., 2012, p.36).

Um dos grandes valores dos Grupos focais também se dá devido às descobertas inesperadas que podem surgir nas discussões entre os participantes (DELFT Design Guide, 2013).

Por ser um TCC e, por isso, se existir um tempo limitado para apresentar resultados, resolvemos focar nos estudantes de Design de três universidades públicas do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ, UFF e UERJ), aos invés de generalizar para outros estudantes.

Para se estruturar um grupo focal é preciso, antes de tudo, elaborar um roteiro. Esse roteiro funciona como uma série de perguntas que vão engatilhar as discussões entre os participantes e é o que irá guiar a discussão. Sendo assim, este roteiro deve também possuir certa flexibilidade para outras questões que possam surgir no dia do evento.

Segundo as indicações do livro *DELFT Design Guide* (2013), ao se elaborar um roteiro deve-se partir de um contexto mais amplo até chegar às questões mais relevantes e com um foco maior na pesquisa que está sendo feita. Assim, o roteiro³⁴ principia procurando entender desde as expectativas iniciais que os estudantes possuíam antes de entrar para o curso universitário, até questionar de que forma os alunos já se engajaram com a universidade e como eles entendem o papel do estudante perante a sociedade.

Durante os encontros, deve-se propiciar um ambiente no qual os participantes sintam-se confortáveis e à vontade. Deve-se escolher um mediador e este seguirá o roteiro pré-estabelecido. Essa pessoa deve garantir que as discussões se mantenham dentro do escopo e que todos falem de maneira democrática, isto é, as falas de cada participante devem ser equilibradas em média, evitando-se que um fale muito mais do que outros. Para isso, o mediador deve manter um distanciamento das discussões, assumindo um papel também mais observador, abstendo-se de dar opiniões que possam influenciar os participantes. O livro *DELFT Design Guide* ressalta que a qualidade dos dados coletados do grupo focal está atrelada à qualidade do moderador e que, por isso, seu papel é muito importante.

No caso dos Grupos Focais organizados para essa pesquisa, eu mesma fui a moderadora e dei preferência a registrar os encontros em vídeos e áudios,

³⁴ Estrutura do roteiro do Grupo Focal 1 está, como exemplo, no final desta monografia, em anexo.

conforme recomendado pelo guia da DELFT University, para analisar o material em detalhe posteriormente.

3.1.1.1 Grupo Focal 1

O primeiro objetivo era entender a atual situação de engajamento dos alunos do curso de Comunicação Visual - Design (CVD) da UFRJ. Assim, foram convidados apenas alunos e ex-alunos do referido curso. Os alunos convidados para participar foram: Camila Rubinato (graduada), Christiano Benício Pinto (graduando), Gabriela Vasconcelos (graduada), Raykar Rocha (graduando), Renan Salotto (graduando) e Rodrigo Augusto e Silva (graduando).

Essa primeira dinâmica teve em média cinco horas de duração e uma participação muito empenhada de todos os seis participantes. Eles relataram, de maneira muito aberta, a relação que tiveram com o Design e o curso ao longo de seus anos de estudos na universidade.

Os resultados também foram igualmente interessantes, contando com opiniões fortes, que contribuíram muito para o entendimento do ponto de vista de cada um, de acordo com as experiências pessoais individuais.

Para iniciar as discussões, os participantes foram questionados com relação às expectativas que tinham antes de entrar na universidade e como foi o começo da curso. Tais alunos comentaram que nas suas respectivas turmas os estudantes mais preparados ou com mais noções básicas já haviam feito curso técnico anteriormente. Alguns entraram para a academia sem saber ao certo a diferença entre os cursos de Comunicação Visual e Projeto de Produto.



Figura 4: Encontro do Grupo Focal 1, em 14/Out/2017.

Foi pontuado também que no começo da faculdade muitos alunos não têm noção de como a área de atuação do Design é ampla e dois alunos mencionaram que sequer viram as grades com as disciplinas do curso. Esses relatos mostram que alguns alunos não se informam suficientemente antes de escolher o curso, mostrando um despreparo anterior para a entrada na universidade. Também pode ser constatado que o entendimento acerca do que é Design não ocorre de imediato após ingresso na universidade.

Quando lhes foi perguntado como eles encaram a realidade de ser um estudante de Design na UFRJ, fatos positivos como orgulho de estar presente dentro da Escola de Belas Artes (EBA) e negativos quanto a questão de infraestrutura precária das instalações foram os mais citados:

O problema maior é a falta de infraestrutura... ela não atrai o aluno para dentro da universidade. Quem já fez intercâmbio pôde observar que os alunos lá fora passam o dia todo na universidade, porém isso não

acontece na UFRJ. Mas sem laboratórios que funcionem de fato, temos que executar as tarefas em casa. Fora a distância...

Se existisse alguma estrutura, acho que os alunos até ficariam lá, mas com todos os outros contras, os alunos só vão para ter aula e voltar para casa.

Também foi percebido que os participantes davam muito valor às pessoas e às relações construídas dentro da Escola de Belas Artes, insinuando que esse fato “compensava” muitas vezes a falta de infra-estrutura.

A vontade das pessoas é um diferencial no ambiente. Há vontade de aprender.

Quando o aspecto a ser considerado é a forma de se obter aprendizado, essa interação entre pessoas também se apresenta como um ponto relevante na vida acadêmica, além dos estágios e trabalhos *freelancers*, onde se adquire as primeiras experiências do mundo profissional.

A troca que a gente tem no corredor é muito enriquecedora também, vale como se fosse uma aula.

Em contraponto, o fato de que enquanto alguns alunos avaliam bem o curso e consideram de maneira positiva a oportunidade de fazer parte de uma escola artística, outros nem tanto. Comentaram sobre a percepção de uma desunião e desigualdade entre os cursos da própria EBA. Foi mencionada a existência de uma visão separatista, chegando a classificar o curso de CVD como sendo ainda um dos mais valorizados em termos de verbas e regalias, quando comparado à situação dos outros cursos.

Em seguida, dando continuidade aos tópicos do roteiro, foi questionada a opinião deles sobre o papel do Designer na sociedade. Nesse momento os

participantes trouxeram a questão ética sobre o Design ter um caráter elitista e estético, o que muitas vezes inibe seu valor como disciplina de aplicabilidade prática e estratégica que visa acionar conhecimentos. Foram feitos alguns comentários, tais como:

Semana Design Rio — todo mundo se vendendo... propostas legais, mas preços absurdos! Esse evento era pra ser um centro de troca de ideias entre designers.

Eu não tenho nada contra se vender, a vida é isso aí: você vai trocar dinheiro por alguma coisa, mas acho que o jeito que é construído não tem nenhuma verdade de troca ali. São pessoas que vão pro palco para mostrar o que fazem e se manter ali, tipo uma sociedade: Alta Sociedade do Design. Não existe uma real vontade de querer formar, de ser um exemplo para as pessoas que querem chegar ali onde a pessoa está.

Nesse momento, a conversa também começou a abordar a entrada do estudante no mercado de trabalho. O estágio já é considerado um emprego para a maioria dos estudantes, porém existe um sentimento de que são profissionais mal valorizados e que, na maioria das vezes, não recebem um treinamento adequado na empresa para qual prestam serviços. Eles aprendem muito com os erros do cotidiano na empresa ou tendo que estudar por fora e por conta própria em outras fontes; também não sentem que há reflexão, nem feedback suficiente sobre os trabalhos por eles executados.

À medida em que o tempo da dinâmica foi passando, as questões levantadas a partir do roteiro foram se tornando mais complexas e capciosas, tocando em pontos mais sensíveis como cidadania e funções profissionais. Sobre a temática “o papel do Designer na sociedade”, eles mencionaram que os designers possuem uma capacidade inerente de observar e pensar sobre os problemas de uma forma holística que nem sempre é abordada pelas pessoas e por outras profissões, no geral. No entanto, é justamente essa característica importante que muitas vezes não é reconhecida pelo mercado. Este, por sua vez, entende a profissão muito mais sob um ponto de vista técnico e executor. Isto é, se o profissional, seja ele ainda estudante ou já formado e atuante no mercado, possuir habilidades em programas

gráficos no computador, dificilmente ele será aproveitado para participar de outros momentos do processo do projeto, sendo visto apenas como “alguém que executa muito bem o Photoshop”. Esse por sinal é um erro bem comum da maioria dos estabelecimentos que contratam profissionais de design formados na academia: há uma negligência com relação ao pensamento e à inteligência criativa do designer.

Um dos participantes afirmou que em sua opinião ser designer não é exclusividade dos profissionais que recebem a formação acadêmica nos cursos da área, que o essencial para ser designer é querer solucionar problemas. Outros pontuaram a relevância deste profissional em disseminar processos práticos. Nesse sentido, o processo de gerar visualizações foi considerado um dos grandes diferenciais na forma de pensar dos designers: um pensamento visual. Ter uma visão holística e saber navegar entre diferentes áreas “como uma ponte entre essa diversidade” também foi considerada uma característica que os distingue das demais profissões. O poder de integrar pessoas em prol de projetos comuns é algo que se prega, mas que deveria ser ainda mais trabalhado na opinião de alguns.

Outro ressaltou a importância de encontros, como exemplo o próprio grupo focal em andamento, para serem discutidas questões mais aprofundadas sobre a prática do Design e a relação interdisciplinar na atualidade. Além disso, alegou que muitas vezes os estudantes subutilizam as possibilidades de conexão do espaço universitário por falta de informação:

Isso que a gente tá falando hoje aqui é muito bom, mas a faculdade em si não ensina isso. A gente tem a diversidade, mas não é orientado a usá-la.

Nesse contexto, os projetos de extensão foram mencionados como exemplos de oportunidades singulares que a universidade tem a oferecer e que, por isso, deveriam ser melhor divulgados.

[...] existem oportunidades acontecendo dentro da UFRJ, como os projetos de extensão, porém até o 4º período não sabemos da

existência. E, quando descobrimos, já é muito tarde, porque começamos os estágio³⁵.

O problema é ainda agravado na opinião de um dos participantes pela falta de sistemas mais eficientes de comunicação dentro da faculdade - entre as pessoas e entre os cursos. Em sua opinião, muitas pessoas não tomam conhecimento das iniciativas existentes por falta de organização e diálogo.

A questão de atualização dos cursos também foi mencionada. Alguns alunos alegaram que tiveram que se atualizar fora do meio acadêmico sobre as possibilidades e novas vertentes do Design. Nesse momento, foi mencionado que cursos do Centro de Tecnologia da Ilha do Fundão já possuem a disciplina *Design Thinking* quando o curso de Design em si, não.

[...] A gente não é formado para liderar.

Os participantes também concordaram que a cultura do design mudou em um ritmo muito acelerado nos últimos anos e que o curso da UFRJ não acompanhou o ritmo dessa evolução, acarretando a dissintonia entre a academia e o mercado de trabalho.

Posteriormente, foram questionados sobre a importância do ensino acadêmico de Design na sua formação profissional e social. Sobre esse tópico, foram levantadas críticas com relação ao tempo de universidade e aproveitamento prático dos projetos na “vida real”.

A gente fica tanto tempo lá dentro, era pra estar fazendo algum projeto de verdade. Não deveria existir um descolamento universidade-mercado, porque não existe. Não existe. O que a gente tá fazendo deveria ser produto a ser valorizado. [...] eu não tive uma reflexão do que era a minha prática universitária, e isso pra mim era a pior coisa. O que é que eu vou estar desenvolvendo socialmente? Nada. E eu acho que a gente deveria fazer alguma coisa para devolver, por que eu não estou pagando uma universidade particular, estou fazendo uma universidade pública.

³⁵ A partir de 2017.1 ter carga horária de extensão se tornou obrigatório.

Os alunos relataram, além disso, a adoção por muitos de uma cultura autodidata com o tempo de faculdade:

[...] A UFRJ me fez saber aprender a aprender.

Outro contrapôs com uma crítica a exaltação dessa cultura, como se ela fosse um mérito de resistência dos alunos:

[...] Eu acho que às vezes os alunos da EBA romantizam um pouco esse cenário: “Ah o aluno da EBA é mais esforçado que os outros, porque a gente “passa perrengue”” e a gente se vangloria disso... É sempre bom “correr por fora”, mas temos que saber dosar isso.

Um dos participantes relatou que não tinha aprendido tão bem a ser autodidata. Mas os outros ressaltaram que a UFRJ oferecia uma liberdade na construção de projetos e isso facilitava o aprendizado entre as pessoas. O que no ponto de vista deles é melhor do que uma instituição que limita o aluno com muitas regras, por exemplo.

[...] Eu - mas tbm tem um problema de infra-estrutura aí - acho que deveria ser um espaço muito mais de colaboração e de troca do que é e, na minha opinião, até que está ficando mais assim, o que é ótimo!

Outro aluno afirmou que essa é uma iniciativa maior dos alunos do que da instituição em si.

Em seguida, foi pedido para que os estudantes qualificassem o ensino acadêmico e sua relevância para a introdução do aluno no mercado de trabalho. Nesse sentido, eles mencionaram que somente o fato de serem alunos da UFRJ já proporcionava um *status* muito bom no mercado de trabalho. Contudo, eles não sabiam discernir até que ponto a universidade tinha tido um papel importante nessa entrada para o mercado e até que ponto era mérito individual de cada um. O curso deveria encontrar uma melhor maneira de se alinhar com o mercado. Foi mencionado que alguns professores já tiveram iniciativas de fazer parcerias com

outros cursos. Combinando-os de forma que os alunos e os projetos pudessem se complementar. Como exemplo foi citado o projeto de identidade visual lecionado pela professora Raquel Ponte, que buscou alunos do curso de Gastronomia que estavam cursando a disciplina de gestão. Assim os alunos de Design puderam ter uma experiência prática lidando diretamente com um cliente.

Resoluções desse tipo já aliviarão a ansiedade e dificuldade, que muitos alunos passam em situações reais externas ao meio acadêmico. Para um dos participantes, o mais difícil de fazer é justamente o primeiro contato com o cliente - que não é designer. O fato de ter que explicar tudo do processo e ainda passar confiança, é muito desgastante. Coisas que, na opinião dele, não se fala e nem se pratica em sala de aula. E é algo que se repete no cotidiano da profissão: toda vez que entram em contato com um novo cliente, isso se reprisa e é necessário ter didática, entender o que realmente se faz e passar tudo de maneira concreta.

Um dos participantes comentou que havia feito um projeto de extensão, no final da faculdade que lhe deu a oportunidade de trabalhar com pessoas de fora da UFRJ. Considerou que pôde aprender muito além de ter, pela primeira vez, um espaço colaborativo que de fato fazia parte da universidade. Ademais, teve a chance de desenvolver o trabalho sob a orientação do professor e ter contato com outros designers. Ressaltou que nos projetos que já havia feito como freelancer, ele não obteve o feedback ou dicas de outros designers.

Ainda nesse tópico, foi discutida a questão de se trabalhar grupo. É muito comum em uma empresa se trabalhar em equipe, e o treinamento para isso no ambiente universitário nem sempre ocorre da maneira mais desejável. Normalmente, os trabalhos em grupo não são bem vistos pelos alunos, ainda mais por aqueles que só se preocupam em “entregar”. Fora isso, se o grupo funciona bem, querem ficar juntos até o final da faculdade por comodismo! — dessa forma não há uma vivência tão rica e eficaz em se relacionar com colegas variados e lidar com opiniões diversas e obter feedbacks construtivos.

Assim, os alunos relataram que seria interessante a existência de um empresa júnior de design por exemplo na qual as pessoas pudessem se juntar para fazer trabalhos para clientes externos, por exemplo. E de fato, foi constatado que não

existem empresas juniores para o curso de CVD, porém é muito comum nos cursos de engenharia no Centro de Tecnologia. Logo em seguida, surgiu uma questão *insight*: *como estimular o espírito empreendedor e gerar experiência com empreendedorismo nos alunos de design?* já que muitos designers se tornam de fato empreendedores, após o término da faculdade?

Neste momento, pude trazer a referência da Köln International School of Design que possui a opção de incluir na carga horária universitária projetos propostos pelos próprios alunos.

Outros participantes ponderaram que o risco da formação de uma empresa júnior no curso de design é abrir a porta para a influência do mercado em um local genuinamente experimental.

Foi comentada a possibilidade de se realizar Intercâmbio entre os cursos e citado como exemplo: de se fazer a capa de um livro que esteja sendo escrito pelos alunos do curso de Letras. Ressaltaram que seria uma forma de se autopromover, de promover o estudante de design dentro da faculdade. Imagina se os alunos de outros cursos se formassem entendendo a importância do design!

Em seguida, foi dado início a parte de profundidade no roteiro do grupo focal e a pergunta feita foi: Como vocês se engajam socialmente? Essa questão, no entanto, desencadeou uma discussão sobre o que é se engajar socialmente. Foi falado sobre construir um pensamento crítico com relação aos problemas da sociedade brasileira e de se engajar com relação a isso, na tentativa de fazer a diferença. Foi esclarecido que não se tratava de algo beneficente ou assistencialista.

O ato de aprender e mudar individualmente já é considerado um ato social para alguns, conforme pode-se verificar nos pronunciamentos abaixo:

Pra eu querer fazer design é porque eu tinha a motivação de transformar alguma realidade. Eu acho que a gente como ser humano vê demandas o tempo inteiro, isto é: problemas. E, vendo o designer como pesquisador ele está em um tipo de pesquisa vivencial. Acho que o design está numa posição privilegiada de interseção e acho que isso é social pra mim. Acho que eu aprendo fazendo isso, sou ignorante em muitas coisas, e não possuo uma forma de me informar que é muito racional. A forma como eu

compreendo as coisas é muito intuitiva, é muito de experimentação, de experimentar coisas, eu fazer, eu realizar o projeto é uma forma de eu aprender. Eu acho que quando eu faço alguma coisa, mesmo que não tenha dado certo eu vou tentar fazer diferente, falar com outra pessoa.

Eu acho que todo trabalho tinha que ser voluntário. No sentido de se sentir realizado, agraciado por aquilo. Consciência de trabalho voluntário que você não vai lá só para ganhar dinheiro. [...]

Eu acho que as pessoas precisam receber algo em troca e não necessariamente precisa ser dinheiro, e é necessário ter isso em mente.

Alguns consideraram que o ato de ir à universidade e vivenciar a diversidade do dia-a-dia que existe lá dentro já um ato social, pois ativa os estudantes para as mudanças de mentalidade e o pensamento crítico vai sendo desenvolvido vai ser introduzido de forma orgânica no ciclo social de cada, influenciando o de alguma forma todo um ecossistema.

Um dos participantes relatou que possuía uma *startup* com um grupo de amigos, e que o objetivo para ele abrir uma *startup* já foi para se engajar socialmente, pois ela é uma ideia, um sonho que todos compartilham juntos, porém ela não é uma empresa ainda. Assim, são apenas pessoas que acham que a ideia que tiveram pode dar certo e então se unem.

Ao serem questionados sobre o que, na opinião deles, era contribuir socialmente, um dos alunos defendeu a seguinte ideia:

Pra mim seria vc passar os conhecimentos que você adquiriu dentro da academia de alguma forma, mas como fazer isso eu não sei. [...]

Alguns disseram que achavam que se engajavam muito pouco com a sociedade. Outros relataram contextos ligados a trabalhos voluntários nos quais também puderam ensinar outras pessoas afirmando que a experiência traz conhecimento. E assim, foi então discutida a preponderância da capacidade técnica, um dos pontos considerados fortes nos designers. Não deixando isso de

lado, argumentaram que é preciso chamar a atenção para o fato do designer não ser só ferramenta.

No contexto de um trabalho global foi discutida uma questão de responsabilidade social, buscando-se entender o impacto deste tipo de trabalho em cada um dos presentes. Sempre fazemos escolhas que influenciam pois escolhemos o que enfatizar ou não. Aproveitei para questionar: Até que ponto fazemos Design para Designers? A Semana Design Rio era pra ser uma semana de troca e passagem de conhecimento e nós só geramos uma rodinha interna de apoio para dizer “somos cool”.

Foi debatido sobre a glamourização, que, apesar de antiquada, ainda existe no Design e que não contribui em nada, para um novo posicionamento da profissão. E insiste em dizer que é uma E isso gera uma frustração em quem entra também.

Acho que dentro de todo designer, existe um outro designer muito crítico dizendo “você não está sendo diferente suficiente, onde está sua autenticidade, você está aqui para isso?!”

A pergunta que se seguiu deixou muitos alunos atônitos e sem saber o que dizer por alguns instantes: Como a faculdade contribui para o engajamento de vocês e como vocês contribuem se engajando para a universidade?

Na tentativa de se pensar em contextos possíveis de engajamento, foi questionada a maneira que os alunos veteranos se engajam para receber os alunos calouros. Nesse contexto, tratou-se da questão das boas-vindas liderada por estudantes da comissão de trote³⁶. Sobre até que ponto o acolhimento promovido pela comissão e as atividades que organizavam eram eficazes no ponto de vista de gerar integração. Concluiu-se que apesar de ser uma conexão superficial, justamente também, por ser introdutória, a vontade das pessoas em participar está

³⁶ Em um dos diversos momentos de pesquisa e investigação do processo deste TCC, foi possível observar momentos da semana de trote do curso de CVD da UFRJ (2018.1). Isso foi feito, por levar em consideração que as atividades e abordagens variam de acordo com a comissão vigente. Ou seja, a experiência dos alunos presentes nos grupos focais, poderia não condizer com o contexto mais atual. Após entrar em contato com membros da comissão e observar alguns dos momentos de introdução ao movimento estudantil, foi possível concluir que a abordagem de fato, mudou muito nos últimos anos, se tornando muito mais efetiva em termos de apresentação sobre o contexto acadêmico.

no fato de ali ser gerada *alguma conexão*. Ao mesmo tempo, falou-se sobre a necessidade de uma introdução à vida acadêmica mais consciente, levantando-se em consideração questões éticas sobre até que ponto atrair pessoas para a festa nos seus primeiros dias de universidade era ignorar e fugir da realidade? Alguns levantaram as questões de se não querer assustar os calouros logo de início com a realidade dura que pode ser fazer parte de uma instituição pública de Ensino Superior no Brasil. Entretanto, também questionou-se os motivos desse adiamento de “choque de realidade” se em algum momento ele será percebido. Uma das ideias que um dos participantes trouxe foi o de se realizar assembleias, em uma primeira semana introdutória, juntar ex-alunos e alunos ativos para oferecer workshops. Essa seria uma maneira para eles entenderem na prática um pouco do que eles farão e, ainda assim, não substituir a semana de trote.

Acho que é a questão de vc se sentir engajada, quando vc cria uma conexão, que não foi só motivada superficialmente, a tendência é você dar continuidade àquilo.

Alguns alunos relataram não se sentirem confortáveis para liderar a tomada de atitudes consideradas engajadoras dentro do nosso curso.

Outra ideia surgida no decorrer do Grupo Focal 1 foi a de se manter uma conexão, com a universidade, mesmo não sendo mais aluno, com a criação de uma associação de ex alunos - Alumnis. Inclusive foi mencionada a existência de algo parecido com da ESDI. “Manter a porta da faculdade aberta pode ser interessante para muitos alunos. Alunos poderiam dar palestras após saírem.

“Olha quantos ex-alunos esse curso tem, que são incríveis e poderiam ir lá e participar.”

Nesse momento, foi trazido um exemplo positivo da aula de uma professora substituta que chamou um ex-aluno que já trabalha no setor de estampa e compartilhou um pouco de como é na prática o dia-a-dia dele. Outro exemplo foi o de se convidar alunos que já demonstram interesses específicos e começaram a

trabalhar com isso para contar um pouco da sua área de interesse para outros colegas de classe. Comentaram que não precisa ser um ex-aluno para passar experiência de alguma coisa, citando por exemplo uma professora que convida alunos do período anterior pra falar da experiência que tiveram com a disciplina.

Ainda sobre a questão de reciprocidade na relação de engajamento entre alunos e universidade, um dos alunos discorreu:

Também tem uma ligação com a faculdade e com todo aquele corpo de alunos, você se sente parte de alguma coisa e quando vc se sente parte de alguma coisa, vc quer lutar por aquela coisa, em prol daquilo. Quando você só tem relações superficiais lá dentro, você só se interessa por coisas que possam te divertir e não coisas que vão pegar seu tempo e serem valorosas em si.

No entanto, alguns alunos relataram que muitos quando se formam saem com o sentimento de ingratidão, porque não conseguem enxergar o que a UFRJ lhe deu de bom ou não consideram que foi dado o suficiente, para que haja um desejo de se devolver algo.

A gente “corre tanto” por fora, que acha que não tem que devolver nada já que a UFRJ não fez mais do que a obrigação dela, ou fez menos até.

Alguns justificaram que acreditam que esse sentimento ocorre por conta da dificuldade de se formar e muitos, inclusive, até desistem e preferem investir em um negócio próprio:

[...] é difícil porque tem greve, pega fogo, professor não vai, você tem que se deslocar, pegar dois ônibus pra chegar, pra aí o professor não aparecer... uma série de dificuldades e isso, ao longo de muitos anos, desmotiva [...]

Assim foi enfatizado por um dos membros convidados que a UFRJ ainda é uma das poucas academias de design públicas que existem e se seus alunos não se esforçarem para devolver algo, é capaz de ela também desaparecer.

Nesse momento, duas hipóteses puderam ser levantadas: talvez o estudante não seja tão proativo, porque ele acabou de entrar e está se situando, e não tem nada que introduza ele decentemente ao meio, podendo inclusive ter vindo de uma escola particular onde era tudo mais fácil ou, no caso de uma pública talvez já estava desestimulado. E, os que ao longo do processo já entenderam a dinâmica da faculdade se desestimularam.

Quando foram questionados sobre de quais formas um estudante poderia ser mais proativo (socialmente) e o que poderia estimulá-lo, os estudantes refletiram:

Essa é uma grande questão. Ser proativo no geral já é uma coisa naturalmente difícil, porque você tem que dar seu tempo, sua dedicação, e às vezes as pessoas ainda têm a cara de reclamar. Só que com o passar do tempo, a gente vê que não tem mais jeito, porque tem a distância, o trabalho, e as pessoas nem vão dar um crédito pra aquilo ali. As pessoas não vão dar bola, e aí a pessoa acaba desistindo. Desestimula alguém que estava tentando fazer alguma coisa, e ela não vai querer mais se engajar, porque ela tentou uma vez e não deu certo... É uma questão de mentalidade, você vai ter que continuar tentando. Querendo ou não, quando alguém começa a fazer uma coisa as pessoas se sentem movidas a fazer também.

E em seguida lhes foi perguntado: Como vocês acham que o ensino do Design na UFRJ poderia contribuir para o seu engajamento social?

Um dos estudantes chegou a falar sobre na questão de reconhecimento de créditos de atividades extracurriculares, mas maioria não considerou que isso de fato seria uma “moeda de troca” no nosso curso.

Um participante opinou dizendo que achava que os estudantes deveriam ser mais controlados em termos disciplinares, que por serem “ muito soltos” ficam por diversas vezes perdido. Um aluno disse que os professores deveriam ser, inclusive, mais rigorosos com a qualidade de aceite dos trabalhos. Alguns acreditam que depois de tanto tempo vendo os alunos desmotivados, o corpo docente acaba se desmotivando também. Concluiu-se que os professores que se engajam fazem seus alunos querer se engajar. Citou um professor que sentia o como era a turma para poder passar o trabalho mais adequado

Relacionaram as características de um bom professor: engajado, adaptável, que passa a experiência deles, mostrar vontade, exigir um pouco mais dos alunos.

Um dos convidados mencionou que seriam interessante a existência de um portfólio da faculdade. No qual inclusive pudesse ser feita a compilação de TCCs. Os estudantes lembraram que existe um Dropbox criado por iniciativa dos discentes, no qual é possível ter acesso a diversos trabalhos.

Os alunos também se atentaram para a necessidade de serem revisadas algumas ementas e consideravam que professores poderiam ser mais atualizados.

Esse tipo de discussão como essa de hoje é importante, por exemplo: “Qual diferença que você vai fazer na sociedade quando vc sair daqui?” ...são coisas que não são discutidas lá dentro! e eu acho engraçado, porque deveria ser uma coisa bem básica, é quase que o mesmo problema que há com sociologia e filosofia no ensino médio, ninguém acha importante discutir.

Surgiu então uma discussão sobre quais espaços seriam adequados para esse tipo de abordagem. Alguns mencionaram que seria interessante que voltasse a ter assembleias semestrais de curso, como antigamente, pois consideraram que um dos motivos que leva a desmotivação é não se existir um espaço para falar.

Outros se questionaram sobre o papel do centro acadêmico - CAEBA - em gerar tais tipos de debate. No entanto, por ter um viés mais político e outras demandas, nem sempre eles conseguem englobar discussões desse tipo. Na opinião dos estudantes: faltam espaços de *coworking*, áreas de trabalho, laboratórios...

A sala do CAEBA era a representação da nossa inércia. E, com relação ao incêndio estamos inertes como sempre fomos!

Em seguida também perceberam juntos que os momentos em que consideramos mais felizes dentro da faculdade foram momentos colaborativos – aprendizados e troca dos corredores – alguns trabalhos em grupo.

Tinha que ter um lugar pra isso onde todos estivessem na mesma “vibe”.

É esse tipo de coisa que consegue prender o alunos ali dentro. Você conseguindo manter ele (o aluno) mais tempo ali dentro ele vai criar mais vínculo com o lugar, então ele vai ter mais cuidado e vai passar esse sentimento para outras pessoas.

Refletiu-se assim, sobre “como que é possível sair da esfera macro – querer tomar ações que necessitam de muita gente, e vai pra um micro – grupo pequeno, que se inspirem mais, que se ajudem mais. Porque parece que a gente tem preguiça de se comprometer também, aí vamos começar um projeto aqui e ver quanto você pode contribuir do seu tempo.”

Uma das conclusões que se pôde chegar ao fim deste grupo focal foi que os alunos concordaram que se engajando mais com a universidade, estariam automaticamente se engajando mais socialmente. Um convidado ainda pontuou: “A universidade pública é uma grande entidade social.” E o mais importante de se perceber com nesse contexto é que querem, justamente, acabar com faculdade pública porque não vêem valor em tudo que ela devolve, e nós estudantes temos uma grande parcela de responsabilidade neste retorno social.

3.1.1.2 Grupo Focal 2

O segundo Grupo Focal já fluiu de uma maneira diferente. Foram convidados os alunos de Design de três universidades públicas do Rio de Janeiro - EBA/UFRJ, UFF e ESDI/UERJ - para contar um pouco de suas vivências e jornadas como estudantes. Ao longo de quatro horas ficaram claras as diferentes relações que existiam entre alunos e Instituições. Os alunos convidados foram: Douglas Thomaz de Oliveira (graduando em Desenho Industrial/UFF), Luisa Vieira Röck (graduanda em Desenho Industrial/ESDI), Nathália Feijó Závoli (graduanda em CVD/UFRJ), Murillo Medeiros da Silva (graduando em Desenho Industrial/UFF) e Rafael da Costa Anhaia (graduando em Desenho Industrial/UFF) .



Figura 5: Encontro do Grupo Focal 2, em 12/Nov/2017.

De início, os alunos puderam se apresentar e falar um pouco de como foi o processo de entrada deles na faculdade, comparando expectativas versus a realidade que tiveram que se acostumar nos primeiros semestres. Muitos novamente relataram que após a entrada na faculdade perceberam que, de fato não sabiam tanto sobre o curso que escolheram. Um estudante relatou que, depois de um tempo, percebeu que, de fato, não gostava tanto assim do curso, mas que deu continuidade por conta dos amigos que tinha conquistado, considerando-os uma família. Este estudante não foi o único a tratar a relação com os colegas de universidade como uma relação quase que familiar. O mesmo aluno considerou que os cursos de graduação em design são voltados para pessoas curiosas, porque as possibilidades de aprendizado nunca se esgotam.

Se você já é perdido e entra em design procurando um norte, você encontra toda aquela florzinha da Rosa dos Ventos!

Um estudante relatou que ao entrar para uma universidade pública já sabia dos problemas de infraestrutura que enfrentaria (ele, no caso, também tinha

estudado em escola pública anteriormente). Porém, em sua visão, esses problemas, ao mesmo tempo, estreitam a relação dos professores com os alunos e estimulam o debate político.

Você não fica trancado numa bolha achando que tudo está perfeito e, acaba de fato se envolvendo com problemas reais.

Os alunos da UFF contaram que organizam uma semana acadêmica deles, porque ainda se sentem desconhecidos e invisíveis na universidade perante aos outros cursos. E alegam que essa vontade de se engajar e criar coisas que façam a diferença para o curso é também por conta de fazerem parte da primeira turma.

O legal é isso, por ser o início dele a gente tem um gás pra se apresentar pros outros, coisa que se fosse mais antigo podia rolar um “mas sempre foi assim, não vai mudar ... só aceita” e as pessoas talvez não se envolveriam tanto. Com os N e Rs as pessoas da UFF estão se envolvendo. É muito animador ver que de certa forma você começou isso [...]

Tratando-se do papel do ensino acadêmico na sua formação profissional e social, algumas pessoas relatam que aprendem coisas muito mais rápido em trabalhos, do que na faculdade. Contudo, um convidado comentou que acha importante o tempo do curso ser lento, para justamente se diferenciar do ritmo acelerado e sob demanda do mercado. Um outro aluno considera importante a combinação entre o estágio e a faculdade. Em contraposição, uma pessoa abordou a faculdade como um espaço de experimentação e liberdade para errar.

O papel da faculdade é fazer você debater sobre aquilo. Estar no mercado é reprodução, você não vai ter tempo para criar coisas novas, as pessoas vão para a faculdade querendo um curso de tecnólogo.

Pensar nas coisas que você está fazendo e, não só apenas reproduzir uma técnica, faz diferença.

Na opinião de todos a falta de estrutura afeta, muitas vezes, não atraindo os alunos a permanecerem na faculdade. Uma pessoa comentou a diferença da permanência dos alunos na faculdade em comparação ao que foi observado no intercâmbio. Mesmo nos primeiros períodos na UFRJ, ao término das aulas as pessoas voltam pra casa, porque não há o mínimo de estrutura lá, como um mesa boa para trabalhar.

Então a gente acaba tendo o pouco amor e apego pela faculdade, porque a gente passa pouquíssimo tempo do dia lá.

Os alunos, no intercâmbio, quando acabavam a aula, continuavam na faculdade usando os computadores, as máquinas e as ferramentas, por exemplo, e isso é que leva à criação de um vínculo com aquele ambiente.

Eu, apesar de gostar muito, não considero a UFRJ a minha casa. Por que a gente não tem um espaço mínimo lá dentro pra trabalhar, ainda mais depois do incêndio.

Uma opinião interessante, ressaltou que o ensino acadêmico poderia ser potencializado com união de forças entre cursos das universidades públicas de design, para que eles possam se ajudar entre si, pois o design é uma disciplina que precisa de conversa e ação, para quebrar barreiras. A troca de ideias entre os alunos de várias universidades é necessária, ainda mais por cada curso possuir visões distintas sobre o design e suas particularidades.

Quando lhes foi perguntado como eles qualificaram esse ensino para introdução no mercado de trabalho, um deles respondeu que a universidade tem que formar profissionais que possam lidar com questões que vão além do mercado de trabalho. Ela deve ajudar a formar um pensamento crítico em cima das demandas, com as quais o mercado lida muitas vezes só visando o lucro, e não só perpetuar o que já é feito. Existe uma necessidade de conscientização.

Tratando-se do equilíbrio entre o ensino mais técnico dentro da academia e a importância que ele possui pro mercado de trabalho:

A gente não pode ficar apegado só a isso, se não a gente perde o interesse real da faculdade que é transformar.

A universidade prepara para a sociedade e o mercado de trabalho faz parte da sociedade.

Falaram também nesse contexto sobre a importância dos professores não se mantêm alheios ao mercado de trabalho devido à dedicação exclusiva à carreira acadêmica.

Alternando-se ligeiramente o foco, outra estudante desabafou então sobre o descolamento entre universidade e prática profissional, e um incômodo quanto ao projetos não “saírem do papel”:

Nós não trabalhamos com projetos reais... só fictícios, personas fictícias.. isso me irrita.

No Rio de Janeiro existem muitas demandas reais, nós não temos isso – o único acesso a isso na faculdade é através do projeto de extensão e é muito difícil arranjar um .

Um aluno mencionou que sentiu falta de uma maior preocupação e aprendizagem sobre como lidar com a execução de produtos finais, alegando que durante a graduação muitos processos finalizam na etapa de prototipação. Por esse motivo, ficam em aberto questões práticas com as quais se trabalha na vida real, como orçamento em quantidade, valor da hora do profissional, calibragem de cor, e etc.

Ao serem questionados sobre qual eles consideram ser o papel de um Designer na sociedade, um dos convidados mencionou que ajudar é quase que uma obrigação intrínseca daqueles que atuam na área: buscar a melhor forma de fazer um projeto para o outro é um dever. Ressaltando que todos os projetos podem sofrer alterações e melhorar com o tempo, este mesmo convidado vê o designer como de fato um solucionador de problemas.

Outro participante disse que sob sua ótica pessoal, todo design é social, pois se você faz algo para alguém, logo está fazendo para a sociedade de alguma forma.

O papel do designer, ao meu ver, é você conseguir perpetuar a ideia de que todos são capazes de fazer design. No sentido de que todos podem ter a preocupação de como solucionar os problemas para eles possam fazer por eles mesmos. E você meio que perpetua a palavra, de certa forma... porque todo dia, a gente acaba tendo contato com alguma coisa que a gente julga “isso está errado”, tipo

“isso poderia ser diferente”, só que a gente está acostumado com as soluções prontas e acaba meio que aceitando: “ah, mas sempre foi assim...então, assim que é.”

Um estudante refletiu que em uma época com tanto acesso a informação, o papel do designer talvez seja engajar as pessoas para que elas possam correr atrás das suas próprias soluções ou às vezes até se reunir em grupo para pensar juntos essas soluções. Para ele, o poder do designer é de se multiplicar; mudar a visão das pessoas porque ela experimenta algo que ela percebe uma mudança para melhor. E dessa forma, se ela reconhece que foi uma pessoa com um pensamento de design que fez algo, multiplica-se a potencialidade da transformação. Outro concordou afirmando que o designer tem capacidade de sensibilizar as pessoas para as possibilidades.

Todo mundo faz design. Ele permeia praticamente todo o campo do conhecimento, todo campo que gera alguma transformação.

O aluno que fez essa afirmação alegou que engenheiros também são designers em determinados momentos, design é projeto.

Essa ideia de projeto eu sempre dou uma implicada. Qual profissional que não faz projeto?!

Assim, se iniciou um debate e nele foi defendido que o projetar do design é sempre para outras pessoas. E concluiu-se que várias das definições de design abrem espaço para mais perguntas, pois é uma área muito interpretativa e abrangente.

O apelo estético, por exemplo, mascara o potencial do design. Dizer que algo é bonito porque é, minimiza o que está por trás do processo, pelo simples juízo de valor de um resultado. Assim, comentaram também que explicar design para outras pessoas é muito complicado na maioria das vezes, pois é um trabalho inicial de desestereotipização. Por exemplo, o designer formado em desenho industrial não desenha só máquinas.

O que une todas as profissões do design, na opinião de um dos alunos, é o fato de seguir uma metodologia para avaliar o comportamento das pessoas. E, também foi dito:

Acho que o designer é o filósofo do mercado de trabalho: a gente nunca vai ser entendido e sempre vai continuar questionando um bando de coisas. Nosso papel é questionar, se questionar sempre – o que a gente faz, o que estão fazendo. É uma crise existencial eterna.

Para um determinado aluno, o papel social do designer é contribuir dentro do que ele puder para a sociedade como qualquer outro profissional, cidadão. Ele considera que a questão do papel social ultrapassa o design e se volta mais para questões políticas. Em seu entendimento, nem sempre o designer é o melhor profissional para lidar com tudo

Eu vejo uma tendência de achar o design poderia estar em todos os lugares.

Às vezes você pensa: se é tudo, não é nada.

Contribuir e se engajar socialmente, na opinião de muitos, é além do que cumprir com o esperado. Um dos alunos alegou que é mais do que fazer boas escolhas no design. Considerando que nível de engajamento também depende do contexto. Alguns concordaram, que se engajar é sair da zona de conforto; se movimentar para gerar mudança.

O engajamento é olhar para o que você pode fazer, o que você tem na sua mão de conhecimento e de bagagem; é ver o que você pode usar para fazer uma coisa que não seja só para você. Sair do individualismo [...] e pensar com o coletivo, isso é o engajamento.

Os participantes debateram então ética nas escolhas, pois toda e qualquer escolha que um ser humano faz afeta outro ser humano. Falaram também da tendência das pessoas em colocar a culpa em terceiros, ao invés de “chamar a responsabilidade” pra si. É pensar: “o que eu poderia estar fazendo?”. Afinal, no contexto universitário, possibilitar retorno, um forma de retribuir a faculdade também é essencial.

Ética, qualquer escolha é um ato político, e devemos pensar na repercussão.

Melhorando a faculdade, eu vou estar me melhorando também – não temos esses pensamento, somos muito individualistas.

O tema engajamento se direcionou também para trabalhos voluntários. Falaram sobre tornar atividades de engajamento social parte da rotina, como um pro bono por conta própria.

Um dos estudantes discorreu que existem dois movimentos possíveis, o de estimular o engajamento e o de cercear, denunciar injustiças. Se engajar, para ele, não é só tentar fazer coisas boas, mas também impedir que coisas ruins aconteçam, coisas que vão contra os ideais pelos quais cada se engaja.

Se engajar socialmente, para alguns, é fazer o que dá para fazer no momento, não precisa ser nada grandioso. Ajudar e incentivar o outro, para criar correntes positivas de reciprocidade, já é uma forma de engajamento. Levantaram, inclusive a ideia de veteranos apadrinharem calouros, considerando que essa seria uma forma de os alunos se engajarem socialmente, tornando o conhecimento cíclico.

Os participantes discutiram então sobre as vantagens entre um engajamento informal e sobre formas de fazer ele se consolidar, podendo inclusive ser institucionalizado. Foi falado então que é importante se engajar como estudante, mas também cobrar um engajamento por parte dos professores e da instituição como um todo.

Quando foram convidados a falar sobre como o ensino do Design na sua universidade poderia contribuir para engajamento social de cada um, um dos estudantes disse que as aulas de um curso de design deveriam se reinventar constantemente, afinal o próprio processo de design estimula a melhoria e a inovação. Logo, as aulas deveriam ser encaradas como projetos pelos professores. Eles também deveriam ser acompanhados por pedagogos para entenderem como podem melhorar suas aulas.

Falaram também que quanto mais a instituição de ensino superior ouvisse os alunos, mais ela poderia contribuir para o engajamento social desses alunos com ela mesma. Afinal, os alunos que estão ali estão minimamente interessados, já que provavelmente se esforçaram muito para estar em uma universidade pública e

devem ser cativados. Deve-se, na opinião dos participantes do Grupo Focal 2, sempre buscar entender quem são os alunos que estão ali.

Ao longo deste segundo grupo focal, ficou evidente a demanda de se criar mais discussões como essa em torno do design, para se questionar o papel do aluno-designer na sociedade e do profissional que ele se tornará ao se formar.

Por exemplo, um dos feedbacks posteriores foi:

Foi maravilhoso passar uma tarde de domingo inteira pensando em design!

Ter um espaço aberto para debater de forma bem livre assim é muito legal!

O alunos da UFF, por exemplo, demonstraram uma forte relação de afeto com o curso. Ambos eram da primeira turma de Desenho Industrial e se engajaram ao longo da universidade para co-criar um curso melhor, observando falhas e se esforçando para que elas fossem corrigidas para as turmas seguintes. Esse sentimento de carinho deixou claro de onde surgia o estímulo para o engajamento deles e, se contrapôs ao sentimento de alguns dos alunos da UFRJ, descrito no Grupo Focal 1 como “ingratidão”. O fato de terem entrado justamente em um curso recém-lançado lhes deu uma percepção de que poderiam propor mudanças e ver resultados com mais facilidade.

3.1.1.3 Conclusão

O resultado final foi que após analisar todo o material dos GFs cheguei à conclusão que ao mesmo tempo que essa fase de Imersão me trouxe um maior entendimento da realidade de outros estudantes de CVD, pois novos apontamentos relevantes surgiram, esta fase já serviu também, de certa forma, como o início da fase de Ideação. Além disso, identificando os pontos de dor na jornada universitária de cada participante, começou a ser visto que para suprir as demandas relatadas, este projeto de TCC iria além do desenho de um único serviço propriamente dito.

3.1.2 Reunião do CAEBA

Para melhor entender o contexto de representatividade dos estudantes e as atividades que são organizadas por eles, incluiu-se na fase de pesquisa do projeto a participação de duas reuniões do Centro Acadêmico da Escola de Belas Artes (CAEBA), responsável por também representar o Curso de Comunicação Visual Design, para entender o contexto e engajamento estudantil. Um dos objetivos de participar destas reuniões também era o de tatear o que já vinha sendo feito, para que uma posterior proposta de projeto não se sobrepusesse e, sim, somasse às iniciativas em andamento pelo grupo.

Durante essas reuniões pode-se perceber a importância de se participar e opinar nas discussões que aconteciam ali. Todos foram muito solícitos e procuraram identificar quem estava participando pela primeira vez do encontro. Entre os tópicos da pauta da reunião foram abordados: projetos de extensão; união de comissões estudantis da EBA; maior utilização do espaço da UFRJ - para feiras artesanais e eventos, festas, formas de obtenção de verbas a partir de editais para a realização de eventos; reforma da sala do CAEBA (pós incêndio); período de férias; programa de apadrinhamento (veteranos que se responsabilizam pela introdução de alguns calouros nos seus primeiros semestres como estudantes universitários; Comissão de Orientação e Acompanhamento Acadêmico (COAA) e visibilidade para EBA como tema do enredo da escola de samba São Clemente, no carnaval carioca de 2018.

Foi percebido que ao participar de apenas uma reunião do CAEBA, em um pouco espaço de tempo, os alunos poderiam compreender assuntos relevantes para meio acadêmico que jamais saberiam da existência se não estivessem ali, se interessando e procurando saber mais sobre o ambiente que estudam.

Por fim, uma das frases mais marcantes desta reunião que é importante mencionar, foi: “Tudo o que a gente faz pela UFRJ volta para o nosso currículo”, mostrando que quanto mais o aluno investe seu tempo se dedicando a universidade e contribuindo para seu desenvolvimento e melhoria ele está automaticamente valorizando a instituição que está no seu currículo.

3.1.3 Mini ® UFRJ, 2017 - Roda de Conversa

Durante a edição menor do encontro regional de design no hall do prédio da reitoria da UFRJ organizado pela Corde (R)Existência, aconteceu uma roda de conversa moderada pela aluna Larissa Janelli (representante dos discentes). O tema dessa roda era *Educação em chamas: viramos fumaça?*, que pretendia discutir sobre o impacto que o incêndio ocorrido no prédio, onde a EBA está instalada, em 2016, havia influenciado em termos de integração dos alunos e nos cursos de Design e como que os problemas relacionados à infraestrutura, permeavam nos aspectos relacionais à escola. Durante a roda os alunos relataram que sentiam que não possuíam mais uma “casa”, um “lar” dentro da UFRJ, tendo em vista que todos estavam espalhados em diversos prédios da Ilha do Fundão e utilizando salas de aula que nem sempre possuíam instalações adequadas para atender às necessidades das disciplinas do curso. Muitos alunos demonstraram sentimentos nostálgicos sobre “como era antes da tragédia” e outros ressaltaram que problemas de infraestrutura já afetavam o prédio antes, alertando que não poderiam deixar um sentimento saudosista cegar uma visão crítica sobre o passado.

Os participantes presentes também foram estimulados a discutir sobre como melhorar o contexto atual da situação dos alunos e de como amenizar as consequências do incêndio, já que nada de fato mudaria de imediato, tendo em vista que não existia uma previsão de quando as obras de reconstrução das salas afetadas seriam finalizadas.

Participar dessa roda foi muito importante para criar uma empatia maior com os alunos de períodos menos avançados do curso, entender as dores deles com relação ao estado que o prédio e o curso se encontram e também perceber que alguns alunos, que já entraram após 2016, não conheciam a rotina anterior ao incêndio. Sendo assim, observou-se que para eles, talvez, fosse ainda mais difícil ter um pensamento crítico sobre o problema, ponderando que serão justamente eles que deverão lutar pelo seus direitos e melhorias estudantis nos próximos anos.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS E DEFINIÇÃO DO ESCOPO (RE-ENQUADRAMENTO DO PROBLEMA E DOS OBJETIVOS)

Com as atividades desenvolvidas na fase de imersão foi possível colher a opinião individual e coletiva dos alunos. E, segundo Vianna et al. (2012), “Após as etapas de levantamento de dados da fase de Imersão, os próximos passos são análise e síntese das informações coletadas.”

O principal, nesse momento, foi perceber quais teorias do início do processo foram validadas e quais foram os novos insights que a imersão proporcionou. Foi importante identificar as oportunidades existentes no contexto trabalhado. Essas oportunidades podem ser lacunas ou problemas de serviços e/ou produtos. Todos os insights podem ser relevantes para as fases posteriores e devem ser anotados. Por isso, organizar o conteúdo absorvido é extremamente importante.

4.1 ANÁLISE

No começo desta fase, foram transcritas as partes mais relevantes dos vídeos dos Grupos Focais e compiladas junto às anotações e observações feitas nos encontros com Centro Acadêmico da Escola de Belas Artes da UFRJ e no Mini R.

Foi possível notar que algumas das falas expressivas dos grupos focais já propiciaram uma validação coletiva das críticas iniciais da pesquisa. Além disso, as principais lacunas identificadas foram:

- falta de espaços que estimulem a permanência do aluno na universidade quando ele não está em aula;
- ausência de laboratórios de informática adequados, modernos e atualizados para atender a necessidade técnicas do estudantes;
- a troca entre os alunos é feita de maneira orgânica e não muito aprofundada;
- discussões e reflexões em salas de aula sobre temas capciosos e complexos como cidadania, papel profissional e social, não são abordadas com frequência;

- sentimento de ingratidão por parte de alguns alunos, que sentem que a UFRJ, como instituição de ensino, não faz tudo o que poderia para atendê-los, chegando a citar que “*a Minerva não foi a Mãe que eu pedi a Deus*”;
- não é desenvolvido um espírito empreendedor e de liderança dentro dos cursos de Design;
- não existem iniciativas suficientes que visem à integração dos cursos no geral no ambiente acadêmico, e
- muitos alunos não movimentam e/ou não acionam o conhecimento adquirido.

De acordo com todos os pontos diagnosticados uma das conclusões mais importantes a que se foi possível chegar foi **a necessidade de se fortalecer a tríade de relação: Aluno, Instituição e Sociedade.**

Neste sentido, verificou-se que uma nova questão deveria ser analisada com mais cuidado: **Como solucionar o surgimento desse sentimento de ingratidão nos alunos de CVD perante à UFRJ?**

4.2 DEFINIÇÃO - OBJETIVO GERAL DO TCC REENQUADRADO

Foi a partir da pergunta inicial e do entendimento do contexto foco construído nas fases de imersão e análise que foi possível reenquadrar os objetivos iniciais e definir com mais clareza o escopo deste TCC. Visando abranger a complexidade dos dados coletados, procurou-se verificar a possibilidade de se atender aos objetivos abaixo pautados:

- ajudar a construir um vínculo mais poderoso dos alunos do curso de Comunicação Visual - Design com a Instituição;

- estimular a troca intra e interdisciplinar entre os alunos, visando a organização de projetos colaborativos oriundos de demandas reais;
- estimular os alunos a ampliar seus olhares para as necessidades da universidade e identificar demandas a sua volta e, a partir delas, ativar seu processo criativo e engajamento social.
- disseminar uma (melhor?) imagem mais adequada da função do Design perante outras áreas do conhecimento;
- propiciar encontros de alunos e ex alunos para além dos espaços digitais (Facebook, Instagram, etc..), buscando a aquisição de um local convidativo e aconchegante para todos;
- valorizar a prática de projetos e metodologias de Design aprendidas em salas de aula com o intuito de favorecer e fixar o conteúdo acadêmico na prática, e
- empoderar os profissionais de Design, dando mais visibilidade para as possíveis áreas de atuação destes em parceria com os de outras áreas da comunidade acadêmica, possibilitando soluções para problemas reais complexos (*wicked problems*).

5. IDEIAÇÃO

Com base nos insights das fases anteriores, inicia-se a fase de ideação. De acordo com Vianna (2012), o importante é criar em cima de pontos-chaves que surgiram durante a Imersão e Análise. Dessa forma, também é interessante ressaltar que “Para criar uma solução não é necessário escolher apenas um insight” (VIANNA et al. 2012, p.66).

Nessa etapa, é então comum se utilizar técnicas como a do brainstorming³⁷ para gerar “um grande número de ideias em um curto espaço de tempo” (VIANNA et al. 2012, p.101). Portanto, deve-se evitar julgar as ideias, permitindo que a criatividade flua sem o estabelecimento de critérios ainda.

5.1 IDEIA DO COLETIVO

A parte inicial da etapa de ideação foi realizada de maneira individual e, posteriormente, de maneira coletiva e colaborativa. Após a identificação dos problemas e oportunidades no contexto da pesquisa e redefinição dos objetivos principais, percebeu-se que existiam vários caminhos possíveis de serem trabalhados e que nenhum deles iria suprir completamente as demandas. Nesse contexto, por exemplo, uma solução puramente digital não seria capaz de gerar um grande movimento inter-relacional. As soluções de serviços e atividades teriam que ser combinadas entre meios digitais e analógicos para gerar resultados mais eficientes, amenizar as dores e suprir as lacunas relatadas pelos alunos da UFRJ.

Então, inicialmente, foram feitas sessões de *brainstormings*³⁸ individuais inspiradas nos relatos dos estudantes, como por exemplo: no sentimento de engajamento e zelo identificado nos alunos da UFF. Procurou-se gerar ideias de possíveis iniciativas com base na pergunta: “o que poderia aproximar os alunos e influenciar a permanência deles por mais tempo na UFRJ?”.

Diante de tais considerações, observou-se que as ideias geradas a partir da técnica utilizada, se correlacionavam e que quando unidas se intensificariam em termos de essência e objetivo. Por isso, cogitou-se, em um primeiro momento, a

³⁷ Brainstorming é o nome dado à uma técnica grupal – ou individual – na qual são realizados exercícios mentais com a finalidade de resolver problemas específicos. Popularizado pelo publicitário e escritor Alex Faickney Osborn, o termo no Brasil também é conhecido como ‘Tempestade de ideias’.
https://www.infoescola.com/administracao_/brainstorming/

³⁸ Brainstorming é o nome dado à uma técnica grupal – ou individual – na qual são realizados exercícios mentais com a finalidade de resolver problemas específicos. Popularizado pelo publicitário e escritor Alex Faickney Osborn, o termo no Brasil também é conhecido como “Tempestade de ideias”. Disponível em: https://www.infoescola.com/administracao_/brainstorming/. Acesso em: 09 set. 2018.

compilação das iniciativas pautada na criação de um *coletivo*³⁹ de alunos, cuja estrutura básica pensada seria:

- um grupo rotativo que compartilha de ideais e desejos em comum com integrantes fixos e temporários;
- uma organização horizontal, e
- formado por estudantes de CVD-UFRJ, que poderiam se reunir em um espaço pré-definido com estilo de um *coworking*⁴⁰ para trocarem conhecimentos, experiências e desenvolverem projetos colaborativamente.

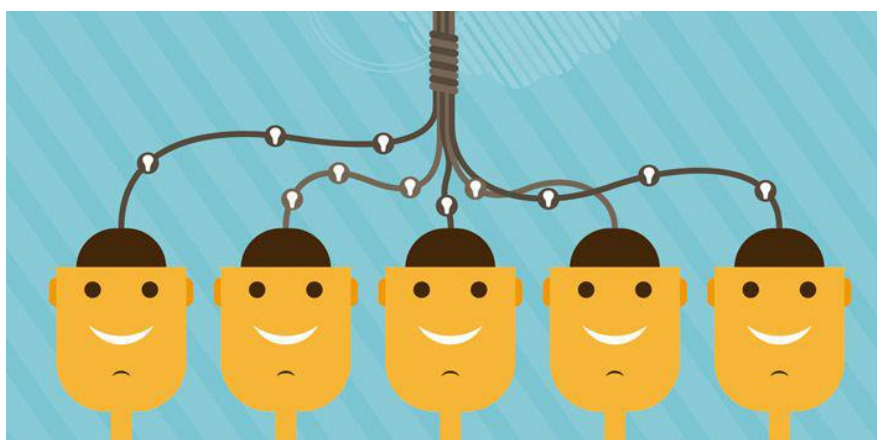


Figura 6 : Somando ideias.

Fonte: Shutterstock

Pensou-se também que no formato dos projetos de tal coletivo seriam:

- adotados métodos colaborativos, para estimular a cultura do feedback e da troca;
- utilizados métodos do Design Thinking;
- trabalhados projetos reais,

³⁹ adjetivo - 1. que abrange várias pessoas ou coisas; 2. que pertence a vários; nome masculino - 1. conjunto de indivíduos reunidos para um fim comum, o grupo de pessoas que compartilham de ideais e desejos em comum. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/coletivo>. Acesso em: 09 set. 2018.

⁴⁰ *Coworking* é a união de um grupo de pessoas que trabalham independentes umas das outras, mas compartilham valores e buscam a sinergia que acontece quando pessoas talentosas dividem o mesmo espaço. Disponível em: <http://dicionario.sensagent.com/coworking/pt-pt/>. Acesso em: 09 set. 2018.

- organizadas equipes interdisciplinares no modelo *scrum*⁴¹, visando estimular trabalhos em grupo, considerando que o designer não costuma trabalhar sozinho e
- escolhidos designers para serem *scrum masters*⁴², para gerar autoconfiança no gerenciamento e facilitação dos projetos;

Dessa forma, ao passar pelo coletivo, os participantes sairiam com um entendimento melhor e mais atual sobre a função do design, vendo este não só como uma disciplina ferramental e sim como uma disciplina integrativa de grande valor processual e potencial estratégico. Esses participantes passariam a ter um *papel disseminador*, compartilhando no dia-a-dia seu *mindset* adquirido com demais pessoas de seu ciclo social.

Assim, o objetivo inicial desse coletivo seria promover a interação dos alunos de CVD da Escola de Belas Artes com outras áreas e cursos da UFRJ. Esse coletivo faria o intercâmbio entre as áreas, seria o porta-voz e o articulador dos designers gerados pelo curso. Para isso, o coletivo seria estruturado por meio de uma relação retroalimentar entre *pertencimento* e *engajamento*.

Parte-se do pressuposto que uma das formas de se gerar pertencimento entre pessoas e instituições é oferecer um espaço no qual elas possam trocar experiências e conhecimentos sobre temas diversos de origem comum e colaborar entre si. A partir dessa troca e relação de trabalho prazerosa, os indivíduos passam a enxergar valor naquilo que fazem e, conseqüentemente, passam a zelar por isso.

É este zelo e interesse que estimula os alunos a se engajarem em projetos que tenham de fato impacto na sociedade. Seguindo este pensamento, quanto maior o engajamento, maior o sentimento de pertencimento e vice-versa.

⁴¹ *Scrum* é uma metodologia usada para a gestão dinâmica de projetos, que permite controlar de forma eficaz e eficiente o trabalho, potencializando as equipes que trabalham em prol de um objetivo em comum. Disponível em <https://www.significados.com.br/scrum/>. Acesso em: 10 set. 2018.

⁴² O *Scrum Master* atua como facilitador e torna-se responsável por remover quaisquer obstáculos que sejam levantados pela equipe durante as reuniões. Além disso tem a responsabilidade de organizar os encontros, fazer o acompanhamento do trabalho e se certificar que cada integrante da equipe tem as ferramentas necessárias para cumprir a sua função da melhor maneira possível. Disponível em <https://www.significados.com.br/scrum/>. Acesso em: 10 set. 2018.



Figura 7: Ideia do Coletivo: relação retroalimentar entre *pertencimento* e *engajamento*.

Sendo a universidade um local onde o aluno dedica e passa um tempo significativo desenvolvendo conhecimento, considerou-se ser fundamental promover um sentimento de pertença por meio tanto do partilhar de vivências e resiliências com os colegas de curso, quanto da efetiva utilização e apropriação dos espaços da comunidade acadêmica.

5.2 ESCOLHA DO NAMING

5.2.1 Por que Coletivo Infiltra?

A escolha do nome do, à princípio, Coletivo foi influenciada pela observação das inúmeras infiltrações existentes no prédio da Reitoria onde a EBA se localiza e,

principalmente, pelas outras novas infiltrações geradas nas estruturas da construção, após o incêndio que a atingiu em Outubro de 2016.

Outras conotações também são possíveis a partir desse nome, fazendo referência, por exemplo, aos alunos e funcionários que após o incêndio tiveram que ser realocados para espaços e salas de aula de outros prédios da universidade. Salas de aula que, inclusive, nem sempre são adequadas para as disciplinas ministradas pelos cursos da EBA. Assim, muito alunos sentiram que as relações que possuíam uns com os outros no dia-a-dia se enfraqueceram, desvitalizando também o movimento estudantil e, conseqüentemente, desestimulando ainda mais o engajamento.



Figura 8 (a) e (b): Infiltrações no teto do prédio da Reitoria, UFRJ.





Figura 9: Infiltrações no teto da Biblioteca da FAU, UFRJ.



Figura 10: Infiltrações no prédio da Reitoria, UFRJ.



Figura 11(a) e (b): Obras para reparar os danos causados pelo incêndio de 2016 nos últimos andares, onde funcionava a Escola de Belas Artes, no prédio da Reitoria - UFRJ.



O nome *Infiltra* busca então subverter o significado negativo que esses acontecimentos deixaram, mostrando o lado positivo dos mesmos que, embora de maneira trágica e arbitrária, os alunos tiveram a oportunidade de conhecer e frequentar outros ambientes da universidade. A partir dessa perspectiva, pode-se constatar que sair da zona de conforto provocou consequências como: novos questionamentos, reflexões, comparações, troca de experiências com alunos de outros cursos e funcionários de outros prédios.

Diante de tais considerações, foi possível perceber que o modo como nos comportamos diante das situações e dos imprevistos a que, surpreendentemente, somos colocados é o que faz toda a diferença. E, encará-los de forma positiva auxilia não apenas nosso crescimento interpessoal como também e, por que não, acadêmico?

Outro fator que inspirou esse nome foi a necessidade do Design se tornar cada vez mais percebido como uma disciplina de caráter interdisciplinar. É importante que os alunos matriculados e graduados nesse curso possuam esse entendimento, assim como os alunos dos demais cursos. Para isso se “infiltrar” em iniciativas do meio universitário, trazer outros alunos interessados para dentro do prédio da Reitoria, para que eles também possam conhecer o nosso espaço e o que fazemos, é o que enriquece de fato a experiência acadêmica.

Neste sentido, encontra-se, abaixo, o significado do verbo *in.fil.trar*:⁴³

1. *fazer entrar ou penetrar, como através de um filtro (ex.: a água infiltrou-se na parede);*
2. *introduzir ou introduzir-se pouco a pouco;*
3. *inserir ou inserir-se secreta ou sub-repticiamente numa comunidade, num grupo ou numa região, geralmente para espiar ou para agir segundo um plano.*

De forma poética, podemos entender melhor o significado do *naming*, por meio do manifesto criado para expressar a essência e os ideais do projeto:

⁴³ Fonte: in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/infiltrar>. Acesso em: 10 mar. 2018.

MANIFESTO⁴⁴

De gota em gota, seremos Rios!

***Como as águas que se infiltram nas paredes do prédio da Reitoria.
Como os alunos que após o incêndio se infiltraram em outros prédios da Ilha
do Fundão.***

Somos agora a subversão positiva das infiltrações...

***O Design precisa se infiltrar
se deseja levantar sua bandeira interdisciplinar.***

***Infiltrar é disseminar, se espalhar como a água que de gota em gota, entre os
poros da construção,
forma canais, gera conexão,
rios de conhecimento.***

No encontro dos rios se formam novos rios - mistura das águas.

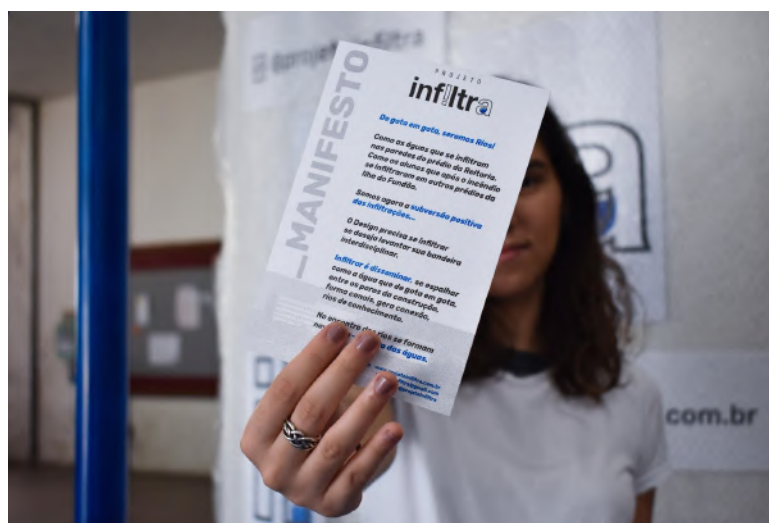


Figura 12: Manifesto do Projeto Infiltra impresso em risografia.

⁴⁴ O arquivo original desse manifesto, diagramado em forma de folheto e impresso em risografia, encontra-se em anexo no final desta monografia.

5.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS REENQUADRADOS (1)

Após a fase de ideação, os objetivos específicos também tiveram que ser repensados. Neste sentido, planejou-se:

- realizar uma sessão de validação e cocriação, visando a organização de uma dinâmica colaborativa para que, novamente, os estudantes pudessem compartilhar suas opiniões e ideias, apontando pontos fortes e fracos, sugerindo mudanças, desta vez não mais sobre um contexto apenas, e sim sobre a ideia elaborada, e
- visitar grupos de essência similar às do coletivo. Isto é, projetos organizados por estudantes que fossem, se possível, administrados com gestão horizontal, que visassem impactar diretamente a vida dos estudantes e que também incentivassem atividades de valor social.

5.4 COCRIAÇÃO PLUS E VALIDAÇÃO

“As pessoas normalmente possuem uma fonte nata de criatividade, principalmente com relação às suas experiências como hobbies, trabalho e filhos. Quando sensibilizadas adequadamente, todas as pessoas podem contribuir para a criação de soluções inovadoras!” (VIANNA et al., 2012, p.105).

“Cocriação se refere a qualquer ato de criatividade coletiva (compartilhado por duas ou mais pessoas)” (VIANNA et al., 2012, p.105). Após a estruturação da ideia inicial a ser trabalhada, observou-se a necessidade de se escutar novamente os usuários-foco do projeto e, para isso, foi organizada uma sessão de co-criação “plus” e validação. O nome *plus* foi dado com o objetivo de ressaltar que havia uma

ideia inicial. Os participantes deveriam cocriar já em cima das ideias surgidas anteriormente e validar essa estrutura semi-ideada.

Os convidados da sessão foram apenas alunos graduandos de Comunicação Visual Design da UFRJ: Larissa Janelli (representante discente), Renan Salotto (que já havia participado do primeiro grupo focal) e Raquel Carvalho. Nesse sentido, após ouvirem a explicação sobre o que seria a ideia e estrutura do Coletivo Infiltra, esses estudantes poderiam apontar pontos fortes e fracos da ideia e sugerir possibilidades e soluções com base no que foi exposto. Seria possível, dessa forma, coletar *feedback* da ideia inicial, assim como coletar críticas e sugestões de estudantes da UFRJ.

Logo em seguida, foram apresentadas as frases estruturais do *framework* para guiar o foco da sessão, se baseando em uma estrutura indicada pela ThoughtWorks, inspirada pela sugestão de Jeff Gothelf no livro Lean UX, conforme mostrado no quadro abaixo:

O Coletivo **será** um espaço físico e virtual formado por um grupo de alunos **para que** eles possam interagir e trabalhar com demandas reais.

Observamos que hoje não existe uma empresa júnior dentro da EBA, **o que faz com que** seja difícil para os alunos terem uma auto-confiança para entrar no mercado de trabalho.

Como podemos fazer desse coletivo um espaço de interação multidisciplinar entre alunos e propiciar o empoderamento do estudante de design **para que** o participante sinta-se mais preparado para sua entrada no mercado e útil para a sociedade ainda durante a graduação?

Inicialmente, foi então apresentado o conceito do Coletivo criado na fase de ideação individual. Foi explicada a ideia do que poderia ser feito com base nos *insights* da fase imersiva e a partir da questão inicial sobre demandas reais versus demandas fictícias. Foi esclarecido, ainda, que na fase inicial da pesquisa com os alunos, percebeu-se a necessidade da estruturação de uma solução que oferecesse

atividades e serviços que promovessem ao mesmo tempo sentimento de pertencimento e vontade de se engajar nos estudantes.

Após a apresentação inicial da ideia, e já estando imersos no contexto do projeto e da proposta idealizada, começou-se uma discussão para debater o que foi explicado e sanar possíveis dúvidas. Nesse momento, foram levantadas diversas questões como: qual seria a motivação dos alunos, em meio a uma rotina universitária corrida e atribulada para participar do coletivo? Ainda durante as discussões, foram debatidas as abordagens dos calouros pela comissão de trote, sendo mencionado que a comissão vigente já havia feito mudanças na forma de apresentar e introduzir os alunos à vida universitária. Outro comentário relevante foi que os alunos que vinham se engajando com a comissão de trote eram os mesmos que estavam fazendo parte da organização do R Design 2018. Com essa informação surgiu o questionamento: O que leva esses alunos a se engajarem com o movimento estudantil e outros não?

Tão logo concluída essa etapa, os convidados foram estimulados a fazer um *brainstorming* de ideias que poderiam ser somadas às ideias apresentadas para o coletivo.

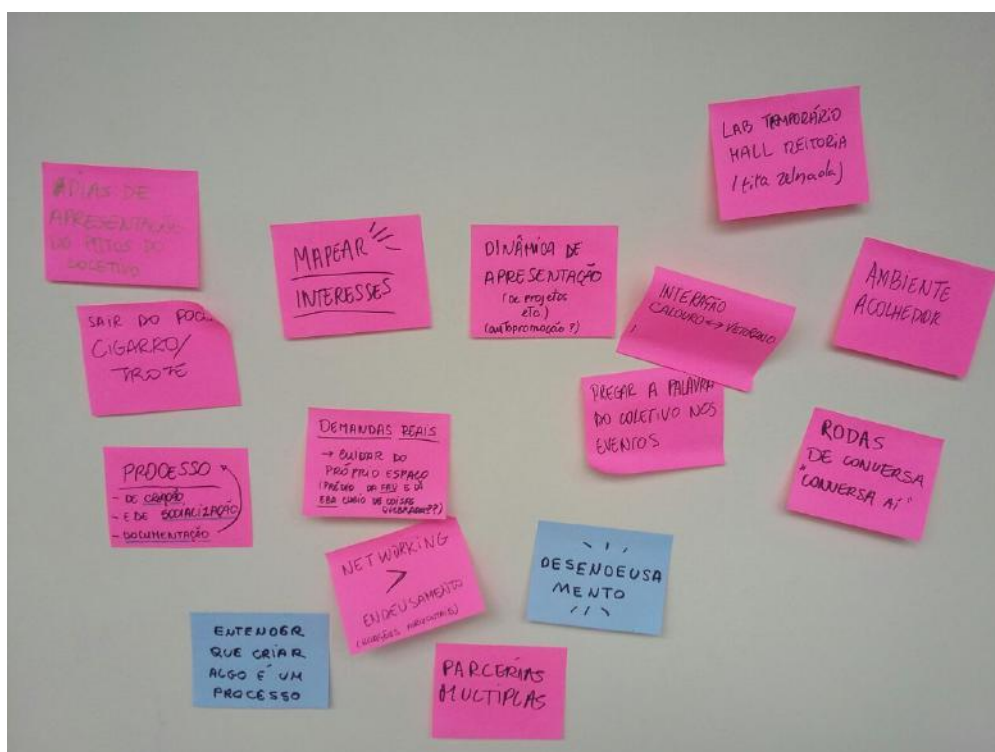


Figura 13: Resultado do *Brainstorming* da Cocriação Plus.

“O *Brainstorming* deve ser 100% colaborativo. Ideias podem ser combinadas, adaptadas, transformadas e desmembradas em muitas outras por qualquer um da equipe” (VIANNA et al., 2012, p.102).

Em seguida, foi feito um exercício de Sonhos, Críticas e Realidade. De acordo com Amanda Alvernaz do Blog do Trello, este é um exercício que estimula a criatividade e traz 3 pontos de vista diferentes sobre a ideia analisada; é uma técnica de Programação Neurolinguística (PNL) utilizada por Walt Disney, onde cada pessoa deve assumir uma personalidade em 3 momentos diferentes entre:

“SONHADOR: dê asas a sua imaginação e crie o projeto mais ousado que puder. Não limite sua inventividade nesse momento;

REALISTA: análise o que é possível e realizável no plano. Veja quais ações devem ser tomadas para chegar ao resultado desejado, e

CRÍTICO: com o plano feito, crie todas as objeções que imaginar para o projeto. Pense em tudo que pode dar errado e desconstrua o plano”.

Também de acordo com o blog, essa é uma forma onde várias ideias surgem e depois as melhores devem ser selecionadas. E, dessa forma, obtém-se um projeto mais estruturado e criativo e com a maioria das possíveis falhas já contornadas ou com as propostas de solução também já apresentadas.

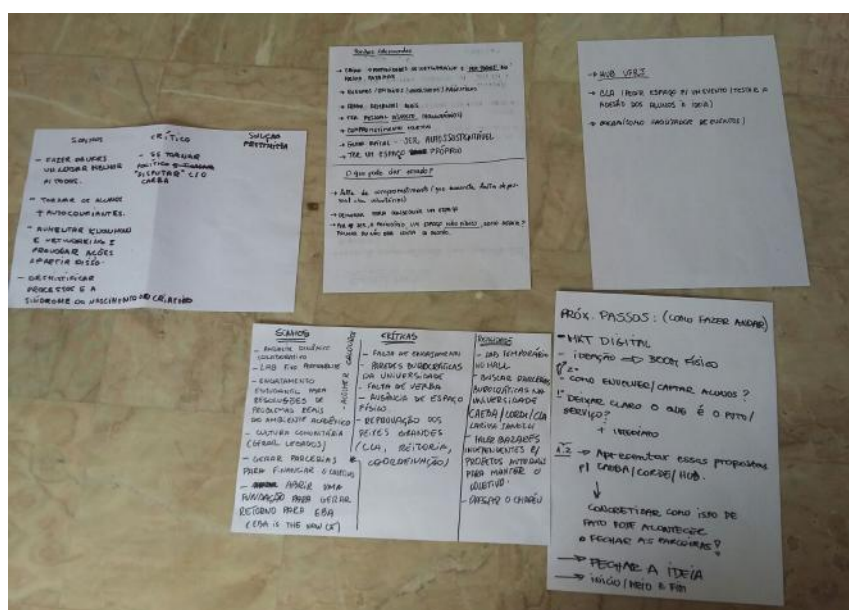


Figura 14: Resultado da atividade Sonhos, Críticas e Realidade.

5.5 PESQUISA DE SIMILARES E BENCHMARKING

Após a Cocriação Plus, ocorreu uma nova etapa de pesquisa dentro da fase de Ideação. Verificou-se a necessidade de um maior entendimento sobre a estrutura de organizações e de grupos que tivessem sua essência similar à proposta do Coletivo Infiltra.

O objetivo de visitar esses grupos era poder conversar e conhecer melhor suas propostas, formas de se organizar e conversar com seus organizadores e participantes, para tentar entender que processo os levava até a criação dos mesmos, etc.

Em março/2018 o DESIS Network e a COPPE/UFRJ organizaram um workshop no Rio de Janeiro, sobre Inovação Social com o prof. Ezio Manzini (Politecnico di Milano - ITA) e, na ocasião, tive a oportunidade de conhecer Roberta Guizan (designer e mestrande da ESDI) durante uma das dinâmicas que ocorreu ao longo do dia. Ela fez uma apresentação da ideia do projeto do Colaboratório da ESDI-UERJ e achei muito interessante o fato de que esse projeto se apresentava na forma de um coletivo de gestão totalmente horizontal. Assim, para melhor conhecer esse local e o grupo de alunos responsável pela sua administração, agendei uma visita ao espaço.

O Colaboratório se localiza dentro da ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. A proposta básica do projeto, que teve seu início em abril/2016 com um grupo misto de alunos e pesquisadores, foi a de reativar um antigo laboratório gráfico existente dentro da escola, cujo espaço se encontrava fechado há anos e precisava ser limpo e ter algumas de suas máquinas e mobiliários consertados. Em seguida, realizaram um mutirão para organizar e identificar todos os materiais, ferramentas e equipamentos existentes nessa antiga oficina. Atualmente, existe um grupo de alunos engajados em se revezar e zelar pelo espaço. Tanto alunos quanto pessoas da comunidade podem frequentar o Colaboratório e deixar, por exemplo, dentro de um “recipiente” existente próximo a alguns equipamentos, um valor simbólico para reposição dos materiais que venham a utilizar. Outra característica interessante que se pôde

observar no espaço foi a utilização de sinalizações colaborativas e dinâmicas. Assim, qualquer um poderia deixar recados, bilhetes, criar placas para sinalizar melhor o espaço de uso coletivo. E, segundo informações do grupo organizador, o sistema adotado está dando bons resultados.

O segundo projeto visitado foi o HUB, localizado no parque tecnológico da UFRJ, indicado pela graduanda em CVD/UFRJ Larissa Janelli durante a etapa de Cocriação Plus. Na ocasião, fui recebida pelo aluno, graduado pela UFRJ em Defesa e Gestão Estratégia Internacional, Guilherme Monteiro Santos, que me apresentou a ideia do espaço *maker* (oficina de uso coletivo e colaborativo), e compartilhou suas histórias e experiências ao longo do desenvolvimento e coordenação da iniciativa. Durante a conversa, apresentei um pouco a ideia do até então Coletivo Infiltra e, assim, pudemos discutir sobre questões relacionadas à gestão e cadastramento de alunos. Conversar com o Guilherme foi uma oportunidade muito inspiradora, pois mostrou que existem projetos maravilhosos acontecendo dentro do Fundão, movidos por uma energia engajadora de alunos, professores e outros profissionais junto com iniciativas públicas e privadas com intuito de promover uma rede de apoio à projetos colaborativos, *startups* e projetos sociais..

Em outro momento, sem planejar, encontrei com dois alunos conhecidos e participantes do projeto Enactus, de empreendedorismo social. Aproveitei o ensejo para entrevistá-los embora de uma maneira não muito estruturada, porém bastante espontânea. Perguntei a eles: “*O que faz vocês se engajarem com o projeto Enactus?*”. Em meio as respostas, foi possível compreender que o que mais os fazia se dedicar ao projeto era poder ver o *impacto positivo* que eles causavam na vida das pessoas com quem trabalham. Nesse sentido, eles alegaram ser muito gratificante constatar a mudança que eles ajudam a construir na vida de cidadãos em vulnerabilidade social.

5.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS REENQUADRADOS (2)

Mais uma vez foi preciso repensar os objetivos específicos do projeto e planejar os próximos-passos:

- ajustar o naming e formato: de Coletivo Infiltra para Projeto Infiltra;
- participar como palestrante em eventos de Design para começar a prototipar e gerar movimento em torno dos ideais do Projeto Infiltra e,
- realizar a instalação *“Infiltrações Positivas na UFRJ”* no hall da EBA.

5.7 AJUSTE DO NAMING E FORMATO

- De Coletivo Infiltra para Projeto Infiltra

Após algumas reflexões sobre a estrutura da ideia do coletivo, foi possível perceber que por diversas questões este projeto de TCC iria além da formação de um coletivo. Ele partiu de uma essência individual que tomou forma e força coletiva e, que para se tangibilizar (em parte) antes do prazo final de entrega deste TCC deveria ser tocada de maneira individual com o auxílio de parceiros. Desse modo, o nome do projeto foi alterado de Coletivo Infiltra para **Projeto Infiltra**.

A palavra “projeto”, como será visto mais a frente, se adequou de forma mais coerente às iniciativas adotadas na fase de prototipação.

6. PROJETO INFILTRA

Em 1992, Buchanan já dizia que havia-se pouco espaço para a discussão entre designers e membros da comunidade científica, inviabilizando integrações produtivas, que se concretizassem de fato. Em sua visão, essa falta de espaço dificultava um entendimento mais claro sobre o design e contribuía para mantê-lo

no contexto tradicional das artes e ofícios. Hoje em dia, ainda existem poucos espaços que se aprofundem sobre a abordagem do design como uma disciplina integrativa. Por esse motivo, enfatizar essa abordagem e criar espaços dialógicos é um dos focos de maior atenção do Projeto Infiltra.

Segundo a *DELFT Design Guide*, “Serviços frequentemente evoluem após a implementação”⁴⁵. Baseando-se nessa premissa, o Projeto Infiltra vem se transformando desde a concepção inicial da ideia, como foi visto de maneira mais evidente no ajuste no naming, mas fora isso, ele vem evoluindo de acordo com as possibilidades que surgem e *feedbacks* construtivos que recebe. Desde então, ele já organizou diversas atividades, visando gerar engajamento e diálogo em torno do Design e interdisciplinaridade, como será visto mais à frente na fase de Prototipação.

O projeto pretende ter um espaço físico colaborativo (Espaço Infiltra), de troca interpessoal de conhecimentos de forma orgânica e organizada – adaptável para rodas de conversa, palestras e workshops – com sede dentro da Escola de Belas Artes da UFRJ, no prédio da Reitoria - Campus Ilha do Fundão, visando propiciar encontros para além dos espaços digitais (Facebook, Instagram, etc.). Além desse espaço sede, busca-se a criação de espaços de discussão e experimentação metodológica acerca do Design e do *Design Thinking* e o incentivo à participação de alunos em projetos voltados para demandas reais, com o objetivo de ampliar o processo de ensino-aprendizagem por meio das experiências práticas e estimular o pensamento criativo e uma postura mais socialmente ativa.

O Espaço Infiltra, como o nome já intenciona, busca também criar parcerias com outros espaços e projetos, visando gerar diálogo e conexão com outras iniciativas relacionadas direta ou indiretamente ao Design. Desse modo, ele se propõe a ser um espaço nômade-infiltrado.

Nesses espaços, serão organizadas rodas de conversa e palestras de alunos e ex-alunos de Design, assim como convidados de outros cursos, visando a troca de conhecimento, repertório, experiências, dia-a-dia, trajetória, etc. E, também, ocorrerão workshops sobre temas de interesse pré selecionados ou a partir da

⁴⁵ “Services often evolve after implementation.” (DELFT)

oferta voluntária de qualquer um que queira compartilhar um conhecimento sobre Design ou sobre outros assuntos, que abordem um ponto de contato entre ambas as áreas e de que forma elas podem colaborar entre si. Além disso, é um projeto que objetiva estimular os alunos a ampliar seus olhares para as necessidades da universidade e identificar demandas em contextos reais e, a partir delas, ativar seu processo criativo e engajamento social. Dessa forma, os alunos podem por conta própria trabalhar as iniciativas com demandas reais advindas da sociedade e/ou as propostas por eles próprios.

Para que as atividades sejam efetivas, pretende-se mapear os alunos a partir de suas áreas de interesse e disponibilidade de horário, por meio de um mecanismo de cadastro. O foco inicial seria, a princípio, os estudantes de CVD e, em menor escala, os dos demais cursos da Ilha do Fundão. No entanto, por diversos fatores analisados, tem-se observado a evidente necessidade do Projeto Infiltra se tornar totalmente interdisciplinar e democrático. Nesse contexto, verifica-se que mapeamento de interesses dos alunos dentro da universidade é essencial para entender quais demandas podem ser trabalhadas. Para suprir essas necessidades, é preciso estimular a conexão entre alunos que queiram somar esforços para movimentar ações positivas.

É importante esclarecer que ainda almeja-se, também, a criação do Coletivo Infiltra futuramente, com a ideia de ter uma formação rotativa (de acordo com a carga horária disponível para dedicação nas atividades em cada semestre) de alunos que desejam propor e participar de projetos que lidem com demandas reais identificadas na sociedade.

7. PROTOTIPAÇÃO

De acordo com Vianna et al. (2012, p.130 e p.121), essa fase tem a função de “tangibilizar uma ideia e tirá-la do âmbito conceitual” e contribuir para a “validação das ideias geradas”. E foi, justamente, neste estágio que se iniciou a produção dos *touchpoints* visuais e tangíveis do Projeto Infiltra, tornando concreto o que foi

concebido até então. Cabe ressaltar a importância do design com foco em comunicação visual nesta etapa e, também, salientar que o materializar deste TCC só foi possível com a conjugação do meu repertório de estudos em design gráfico e comunicação visual.

Assim, poderá ser observado na leitura do processo que se segue a partir daqui, que a aplicação dos conhecimentos adquiridos ao longo da graduação no curso da UFRJ foram de suma importância para o desenvolvimento do processo de prototipação.

Segundo a lógica do conceito de serviços estipulada pela *DELFT Design Guide*: “Os serviços são frequentemente concebidos como sequências de interações ao longo do tempo (*“touch points”*)” ⁴⁶ (DELFT Design Guide, 2013). Assim, as atividades organizadas pelo Projeto Infiltra visam por meio de diversos pontos de contato:

- proporcionar a conexão entre os alunos de Design e os demais cursos da UFRJ para parcerias em trabalhos e projetos;
- estimular a expansão do aprendizado por meio da troca de vivências compartilhadas, na prática, dentro da comunidade universitária;
- favorecer o engajamento estudantil para soluções de problemas práticos e de interesse coletivo, possibilitando o exercício de uma cidadania interventiva e demonstrar que é possível impactar a sociedade de maneira positiva, acionando os conhecimentos adquiridos, ainda no período de formação acadêmica, e
- acionar a reflexão em torno de um pensamento crítico sobre o papel social individual e coletivo.

⁴⁶ “Services are often conceived as sequences of interactions over time (*“touch points”*)”.

7.1 IDENTIDADE VISUAL



Figura 15: Logotipo do Projeto Infiltra.

O logotipo foi inspirado no forte significado que a fonte Helvetica possui para os estudantes de Comunicação Visual. Ela é considerada um marco histórico do modernismo e foi, por muito tempo, intensamente utilizada por sua característica neutra e seu potencial de adaptação em diversos projetos de temas e áreas variadas. Mais do que isso, a contraforma do “a” desta fonte é por muitos considerada um elemento expressivo, principalmente para a época em que foi lançada. Abaixo, podemos ver a sequência o trecho do filme Helvetica, no qual é dada uma especial importância à gota que se molda na parte interna do desenho desta letra especificamente.

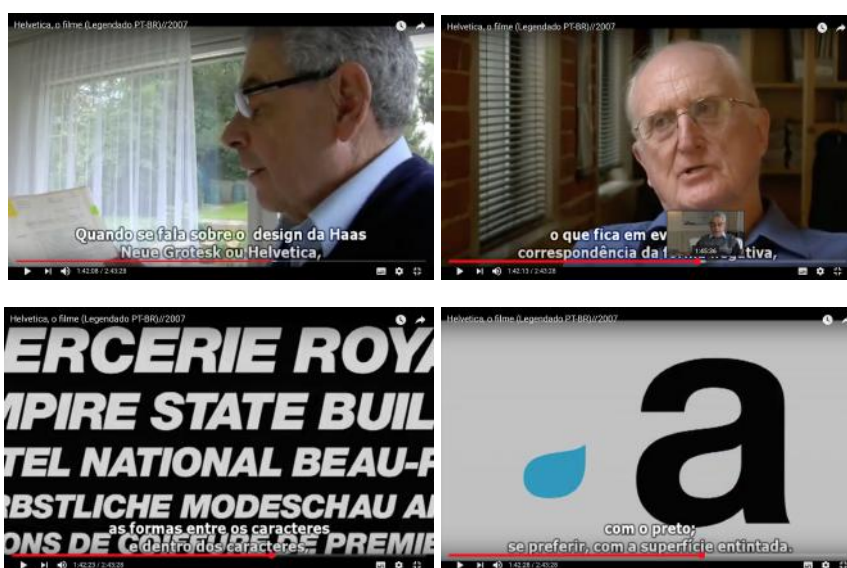


Figura 16: Helvetica, o filme.

Diante de tais considerações, pode-se afirmar que essa gota casou perfeitamente com o conceito e a essência poética intrínseca existente no Manifesto. Portanto, a marca do Projeto Infiltra se propõe a trazer a abstração do poder e maleabilidade da água para se infiltrar, de gota em gota, em novos ambientes e, assim, se espalhar. Dessa forma, é reforçada a ideia de um design interdisciplinar e fluido.

O uso da letra “i” ao contrário, formando o ponto de exclamação “!” comporta e promove o sentimento de engajamento e ação, que move todo o ideal do Projeto Infiltra e deste TCC.

O uso do logotipo vazado no “!” e no “a”, além de equilibrar visualmente a marca, faz alusão à existência de ambientes vazios, ou ainda não ocupados de maneira efetiva pelos alunos, que podem e devem ser preenchidos.

A estética “fora de registro” utilizada na “gota” do “a” gera movimento na marca e cria a imagem da gota se *“infiltrando pelos poros da construção”*⁴⁷. Essa mesma estética foi utilizada na construção dos elementos de apoio, sendo eles encanamentos por onde a água passa a se infiltrar, reforçando mais uma vez o poder de permeabilidade da água e do design⁴⁸.

A paleta cromática escolhida propõe passar uma energia descolada, jovial e dinâmica. Particularmente, o azul escolhido não é um azul piscina “comum”, muito utilizado para ilustrar a tonalidade da água, e sim um azul royal vibrante. Das cores que compõem a identidade visual, ele é a de maior pregnância, as demais são neutras: preto, branco e cinza, que sustentam composições paradoxais.

⁴⁷ Frase do manifesto do Projeto Infiltra.

⁴⁸ É interessante ressaltar, nessa parte, a importância do tópico do embasamento teórico deste TCC de número: 2.1.7 - *Design Thinking* e a Teoria da Permeabilidade - a Ramificação, Reintegração e “Reacionabilidade” das Artes e Ciências.



Figura 17: Página retirada do manual da marca Projeto Infiltra, em anexo.

Considera-se que as composições que seguem a identidade visual são acompanhadas por um caos minimalista, em decorrência de utilização de elementos de apoio com grande peso visual. Este peso se contrasta com a neutralidade das demais cores da paleta e o respiro pelo uso de espaços em branco, harmonizam as composições de maneira minimalista.



Figura 18: Página retirada do manual da marca Projeto Infiltra, em anexo.

Esse elemento de grande peso visual com as ilustrações de encanamentos de água, padronagem e retângulos azuis (simulando o acúmulo de água, trazendo a ideia de união e conexão) é reforçado pela tipografia auxiliar “bruta” da família Rubik, da qual se exploram recursos diversos como: negrito, itálico, sublinhados de efeito “marca-texto”.

Em meio a tantas considerações, cabe ressaltar que o manual da marca do *Projeto Infiltra* também se encontra em anexo, no final desta monografia. Lá é possível visualizar e se informar sobre outros detalhes da identidade visual, outras versões e diretrizes de aplicação da marca.

7.2 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS DE DESIGN ORGANIZADOS PELO MOVIMENTO ESTUDANTIL

Visando prototipar a inserção do projeto no meio estudantil e o compartilhamento de ideias, o Projeto Infiltra participou do Mini (R) Design 2018 - PUC Rio e do Transpira Design 2018 - UFF, sendo ambos eventos organizados por estudantes de Design.

Na palestra intitulada "Design para Designers?! Ou para quem mais?", eu pude trazer um pouco de minhas experiências e do meu ponto de vista com relação ao Design e interdisciplinaridade, assim como sobre a própria construção deste TCC. Ao longo da atividade, também foi falado sobre o panorama atual do Design, o mercado de trabalho e como a profissão evoluiu nos últimos 5 anos. Buscou-se abordar e entender de que forma o design dialoga com as outras profissões e áreas do conhecimento. Após a palestra, os participantes se reorganizaram em uma roda de conversa para debater sobre o conteúdo da apresentação, relatar suas vivências e opiniões, propiciando com isso a interação dos presentes.

Nos eventos citados anteriormente, o graduando em Design/UFRJ Christiano Benicio se tornou parceiro do Projeto Infiltra e apresentou duas palestras sobre os princípios básicos da Infografia, área de interesse com a qual trabalha no momento,

e como ela interage com outros departamentos em uma redação de jornal. Ele falou ainda de ferramentas clássicas e mais recentes, explicando alguns dos principais padrões de visualização de dados. A atividade ainda contou com um exercício final onde os participantes puderam colocar em prática o conhecimento assimilado.

Participar de eventos de design só reforça o ideal de que precisamos “misturar nossas águas” – movimentar, trocar e somar conhecimento. Conhecimento estagnado não afeta ninguém positivamente. Por isso, o Projeto Infiltra visa estimular a participação dos estudantes tanto em eventos de design quanto interdisciplinares.

7.3 INSTALAÇÃO

7.3.1 *Adversarial Design* e a Concepção da Instalação

Em seu livro, Carl DiSalvo (2012) define um design questionador e provocativo, de inquietação e inconformismo constante com a situação presente. Ele batiza essa forma de fazer e entender design, como *Adversarial Design* e, demonstra por meio de diversos exemplos sua relação com a perspectiva política conhecida com *agonismo*⁴⁹. “Por intermédio de meios e formas relacionadas ao design, um *adversarial design* evoca e ataca questões políticas. *Adversarial design* é um tipo de design político”⁵⁰ (DISALVO, 2012, p.2). Os trabalhos considerados “agonísticos” estimulam mais a contestação do que o consenso e, *dessa maneira*, contribuem para transformar a sociedade.

⁴⁹ “*Agonism* é uma condição de discordância e confronto - uma condição de contestação e dissenso. Aqueles que abraçam uma abordagem agonística para com a democracia defendem a contestação e o dissenso como fundamentais para a democracia.” Tradução livre de: “*Agonism is a condition of disagreement and confrontation - a condition of contestation and dissensus. Those who espouse an agonistic approach to democracy encourage contestation and dissensus as fundamental to democracy*” (DISALVO, 2012, p.4).

⁵⁰ *Through designerly means and forms, adversarial design evokes and engages political issues. Adversarial design is a type of political design.*

De acordo com DiSalvo (2012), diversas teorias agonísticas pregam que dissenso e confronto possuem um status permanente. Sob essa perspectiva, os pilares de uma sociedade são examinados e constantemente desafiados.

“Para a democracia florescer, espaços de confronto devem existir, e a contestação deve ocorrer. Talvez o propósito mais básico de adversarial design seja criar esses espaços de confronto e fornecer recursos e oportunidades para outros participarem da contestação” (DISALVO, 2012, p.5).

Dessa forma, foi pensada uma instalação que de alguma forma criasse um espaço para questionamento, reflexão e contestação, revelando assim, inquietações individuais, papéis sociais, situações e contextos.

Sob a lente agonística, pensando na sua interatividade e intuito da instalação, ela foi projetada para ser um **objeto ativador de reflexão** em torno do engajamento dos frequentadores do prédio da Reitoria e de confronto indireto entre os participantes, com relação às demandas existentes e questões voltadas ao relacionamento de cada indivíduo com a instituição.

Outro objetivo desta instalação era então prototipar um ponto de contato físico para divulgação e pesquisa *ongoing* do Projeto Infiltra, revelando sua essência indagadora.

7.3.2 Processo de Construção

Foram necessários cerca de dois meses para preparar todo material que seria utilizado no processo da instalação de uma intervenção no hall, próximo aos elevadores, do prédio da Reitoria da UFRJ, onde funciona o curso de Comunicação Visual Design, da Escola de Belas Artes.

Em um primeiro momento, foi realizado um esboço com os elementos que fariam parte da composição. Nesta etapa pensou-se em reaproveitar materiais e sucatas tanto por questões de sustentabilidade ecológicas quanto financeiras. Em seguida, foram verificadas as questões burocráticas relacionadas à autorização

para uso do referido espaço. Vale ressaltar que os funcionários da UFRJ foram muito atenciosos em todos os momentos; desde a autorização e liberação do espaço para a montagem até o momento em que o evento de fato ocorreu.⁵¹

Ficou acertado que a instalação ficaria por volta de uma semana. Após a definição dos detalhes, começou-se a busca por materiais que pudessem ser reutilizados:

- canos de PVC com tamanhos e diâmetros diferentes;
- tábua retangular para tampo de mesa;
- suportes de apoio para o tampo de mesa;
- urna para a coleta de cadastros e opiniões anônimas;
- folha de acetato azul royal para recorte em formato de gotas (contraforma do “a” minúsculo da tipografia Helvetica, utilizada no logotipo);
- suportes para os canos;
- suporte para gotas de acetato e
- plástico bolha.

Os demais materiais necessários foram comprados:

- tintas spray fosca na cor azul royal para cobertura e restauração dos canos;
- tinta PVA fosca na cor preta para pintura do suporte;
- folhas de acetato transparente para recorte em formato de gotas d’água;
- isopor;
- plástico para forrar a tábua de madeira;
- fios de silicone para pendurar as gotas de acetato;
- canetas (esferográficas e com tinta permanente) e
- folhas de papel na cor branca, tamanho A4, para impressão das fichas de cadastro e comentários.

⁵¹ É importante ressaltar essa experiência relacional positiva, pois muitos alunos deixam de levar um projeto adiante, por preguiça da burocracia.

Durante a busca foram encontrados materiais que ajudaram a compor a instalação:

- carpete azul royal para delimitar o piso no hall e simular acúmulo de água.

Foram necessários três dias inteiros para o preparo de todo material reutilizado.



Figura 19 (a): Separação de materiais usados.



Figuras 19 (b), (c), (d) e (e): Processo de preparo do material utilizado na instalação.

A escolha do nome para a instalação visava chamar a atenção das pessoas que adentrassem o hall (alunos, professores, funcionários, visitantes, e outros), para as fazer refletir sobre as inúmeras infiltrações existentes especificamente neste no prédio, agravadas após o incêndio de 2016. Sob perspectiva de subverter problemas em oportunidades de ação engajadora, ela foi chamada de: "INFILTRAÇÕES POSITIVAS NA UFRJ", com a intenção de provocar um olhar mais sensível para as várias problemáticas existentes, assim como fazer as pessoas meditem sobre como poderiam participar com sugestões e ações de fato para possíveis soluções.

Nesse sentido, durante essa intervenção, os frequentadores do prédio foram questionados sobre:

- "O que faz você se engajar?"
- "O que você poderia mudar na UFRJ?"

No período de 18 a 21 de junho de 2018, os frequentadores do prédio da Reitoria puderam deixar as respostas, escritas em gotas de acetato e pendurá-las na estrutura, de maneira que elas pareciam "escorrer do teto". Essas infiltrações simbólicas representavam as adversidades que alunos, professores e funcionários vêm enfrentando no prédio. As respostas foram compiladas para fins de pesquisa e processo. Nesse período, os interessados também puderam conhecer um pouco sobre o Projeto Infiltra e fazer um cadastro inicial no mesmo, por meio do preenchimento manual de um formulário ou *online*, via site. Esse cadastro tinha como objetivo prototipar o sistema de funcionamento de inscrição para possíveis alterações e melhorias futuras. Junto a ele, foi prototipada uma forma de mapear os alunos a partir de suas áreas de interesse e disponibilidade de horário, para que possam participar e interagir ativamente com o projeto.

Abaixo, encontram-se algumas imagens registradas do período. As três últimas imagens foram tiradas pela fotógrafa Renata Sá.



Figura 20 (a) e (b): Instalação *Infiltrações Positivas* na UFRJ.

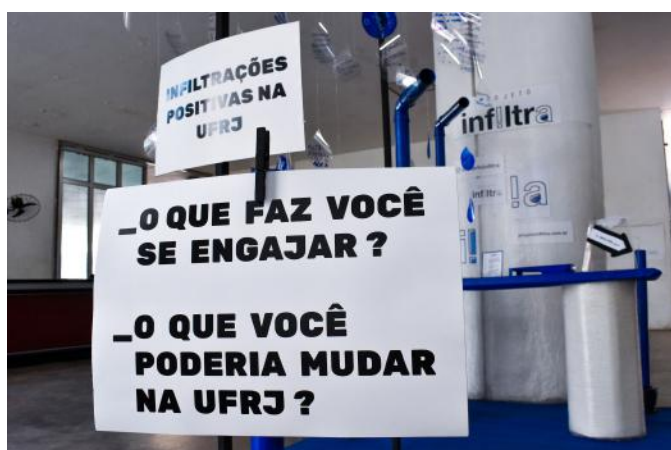


Figura 21 (a), (b), (c), (d) e (e): Instalação *Infiltrações Positivas* na UFRJ.

7.3.3 Site⁵²

Para sair do papel, o projeto também precisava de um ponto informativo e de contato *online*. Nesse sentido, foi feito um site explicando o que era o projeto, seus objetivos e realizações. De maneira que o público mais interessado poderia obter melhores informações a respeito.

Por conseguinte, buscou-se estruturar o site em sete abas a saber:

- **HOME:** guia a pessoa por tópicos relevantes do projeto; sendo assim, um momento inicial de descoberta.
- **ABOUT:** apresenta e explica os principais objetivos e iniciativas do projeto.
- **ESPAÇO INFILTRA:** introduz o conceito de espaços do projeto (sede e nômades).
- **ATIVIDADES:** apresenta o que já foi realizado pelo projeto até então.
- **MANIFESTO:** exhibe o manifesto, que carrega a essência do projeto.
- **CADASTRO:** possui um formulário para que os alunos interessados possam se cadastrar online.
- **CONTATO:** perve para que os usuários do site possam tirar suas dúvidas ou interagir com o projeto.

Para a identidade visual, o site seguiu a estética levemente caótica, porém minimalista. Foram utilizados como elementos de apoio os canos com alguns deles

⁵² Endereço oficial do site: www.projetoinfiltro.com.br

em formato GIF, fazendo com que a gotinha tivesse um efeito como se estivesse escorrendo. Ademais, as ilustrações de apoio e tipografia também seguiram os padrões definidos no manual da marca.



Figura 22 (a) e (b): Prints do site oficial do projeto.

7.3.4 Instagram

Para criar um segundo ponto de contato online da marca foi criado uma conta no instagram: @projetoinfilitra.

Os primeiros nove posts foram uma composição seguindo a identidade visual e, as demais fotos de *upload* posterior seguiram as diretrizes do manual.



Figura 23 (a) e (b): Prints do Instagram oficial do projeto.

8. TESTE

A função desta etapa é colocar tudo que foi produzido na fase de prototipação disponível para a interação com o público.

Por seguir uma linha de *adversarial design*, esta etapa também poderia revelar informações obscuras e, dessa forma, torná-las disponíveis para debate ou para uma investigação mais profunda, por exemplo (DISALVO, 2012). Como também afirma DiSalvo (2012, p.13), o “...*adversarial design* pode identificar novos termos e temas para contestação e novas trajetórias para ação.”

Levando em conta essas considerações é importante esta fase ser cuidadosamente observada e ter seus resultados coletados para análise posterior e possíveis ajustes.

8.1 SITUAÇÕES OBSERVADAS E ANÁLISE DOS RESULTADOS



Figura 24: Participantes interagindo com a instalação.

- durante o período de 18 a 22 de setembro de 2018 foram registrados 19 cadastros, somando os preenchidos manualmente no local da instalação e os online
- a maioria dos participantes não respondeu às duas perguntas,;
- as respostas nem sempre foram coerentes com as perguntas formuladas, denotando-se que os participantes não leram corretamente as questões e/ou tiveram dificuldades em interpretá-las. Um exemplo claro disso são respostas que respondem ao o que *poderia ser mudado* na UFRJ, do que de fato: “O que você *poderia* mudar na UFRJ?”;

- nem todos que interagiram com a instalação responderam as perguntas e/ou preencheram o cadastro e
- várias pessoas passaram rapidamente pelo hall e nem olharam para a instalação; outras olharam e não se interessaram em ver sobre o que se tratava e algumas voltavam para ler as perguntas e/ou as respostas que estavam penduradas, porém não deixavam as suas respostas.



Figura 25: Detalhes das gotas de acetato da instalação.

9. CONCLUSÃO E ANÁLISE RETROSPECTIVA

Este projeto se inicia de uma vontade de retribuir e cumprir de alguma forma a responsabilidade social pessoal sob a ótica de que o TCC não era apenas um momento de conclusão de um ciclo, e sim uma oportunidade de deixar uma contribuição, acionando o que aprendi graças à UFRJ, às pessoas que conheci lá dentro e às possibilidades que se abriram, desde que me matriculei em 2013.

A vontade de fazer algo útil e “tirar do papel” qualquer coisa que eu construísse era muito grande, queria poder impactar as pessoas de maneira positiva, em macro ou em micro escala, acender uma chama de reflexão e questionamento sobre a nossa prática profissional e cidadã. Foi então muito gratificante poder conhecer pessoas e outros projetos maravilhosos ao longo do processo e ver que iniciativas de diversas naturezas existem e que elas pulsam entre os corredores da UFRJ. Existe um desejo de mudança latente dentro de cada um, só precisamos encontrar formas de ativar e estimular o espírito engajador de cada um. *Todos* possuem ferramentas únicas que podem gerar mudanças, mas nem todos enxergam isso. Espero que cada vez mais os estudantes possam enxergar o potencial de mudança em si e que queiram usar suas habilidade em projetos que façam sentido para eles e para a sociedade, pois não estamos isolados, tudo está conectado. Assim, o corpo discente precisa manter uma relação de troca constante entre si e com a Instituição.

Dessa forma também, para que o designers sejam vistos como criadores de inovação e estratégia social, é necessário estimular mais diálogos com outras áreas e isso deveria se iniciar nas Universidades, onde futuros profissionais são formados e novos conhecimentos reverberam.

À medida que o projeto foi evoluindo e avançando nas etapas do processo, foi possível perceber a necessidade de se redefinir o foco e o escopo da ideia a partir dos *feedbacks*, percepções e pesquisas, levando ao refino constante do projeto e de seu discurso.

O processo do *Design Thinking* não seguiu os padrões de um processo linear, como já previsto pela própria metodologia. No entanto, isso ficou ainda mais claro durante a construção desta monografia. A estrutura procurou seguir um modelo

validado pela academia, pegando algumas monografias padrões que pesquisei como referência. No entanto, este modelo precisou ser readaptado. O que pode ser facilmente identificado nos vários momentos de replanejamento de objetivos específicos, por exemplo.

Dessa forma, podemos concordar com Buchanan (1992), pois as diversas questões estudantis tratadas aqui são chamadas de *wicked problems* e por tal motivo, não há como abordá-las em um processo linear. Podemos também concordar com a afirmação de Vianna et al (2012), de que a metodologia do *Design Thinking* é adaptável de acordo com o contexto e as questões do projeto. Em suma, pode-se atestar a necessidade de se refletir academicamente sobre estruturas de monografias para as áreas criativas e para metodologias de processos não lineares e não cartesianos.

Outro aspecto da metodologia mencionado por Vianna et al. (2012) foi a importância de se diagnosticar anseios fora da curva durante a imersão. Isso permitiria que soluções peculiares fossem desenvolvidas e, que justamente essas são capazes, muitas vezes, de atender um grande número de pessoas.

Para comprovar a importância desse direcionamento do olhar, é válido lembrar que este projeto começou com uma fase imersiva focando principalmente em alunos de Comunicação Visual Design da UFRJ e também em alunos de Design de outras universidades públicas do Rio de Janeiro. Entretanto, mapeando as dores e entendendo os sentimentos desses alunos, o resultado final deste projeto chega a um potencial de replicação para outros cursos da UFRJ e talvez, também, de outras instituições de ensino superior públicas ou privadas. Assim, o Projeto Infiltra, pode ser um piloto de uma proposta de serviço colaborativo com grandes possibilidades de expansão.

O Projeto Infiltra visa criar espaços de aprendizagem ativa com os estudantes, por isso ele se torna ainda mais possível com o apoio da Instituição de Ensino. É preciso haver sinergia entre: vontade estudantil e vontade institucional, para que ele aconteça fazendo uso de todo seu potencial.

REFERÊNCIAS

DISALVO, Carl. **Adversarial design**. Massachusetts: MIT, 2012.

BUCHANAN, Richard. **Wicked problems in design thinking**. 1992. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1511637>>. Acesso em 27 de outubro de 2017.

ETHICS FOR DESIGN. Direção e produção: Gauthier Roussilhe. London, 2017. Disponível em: < <https://vimeo.com/232973887>>. Acesso em: 13 de novembro de 2017.

NORMAN, Donald. **Why design education must change. 2010**. Disponível em: <https://www.jnd.org/dn.mss/why_design_education.html>. Acesso em: 15 de setembro de 2018.

PAPANEK, V. J. **Design for the real world**. 2. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 2000.

SANDERS, Elizabeth B. N. From user-centered to participatory design approaches. In: FRASCARA, Jorge (Ed.). **Design and the social sciences: Making Connections**. Taylor & Francis, 2002. p.1-8.

SECOMANDI, Fernando; SNELDERS, Dirk. The Object of Service Design. **Design issues**, Massachusetts, v. 27, n.3, p.20-34. 2011.

VAN BOEIJEN, A.G.C., DAALHUIZEN, J.J., ZIJLSTRA, J.J.M. and VAN DER SCHOOR, R.S.A. (eds.) **DELFT Design Guide**. Amsterdam: BIS Publishers. 2013.

VIANNA, M. et al. **Design thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

ANEXOS

RESPOSTAS ÀS DUAS PERGUNTAS FORMULADAS PARA INSTALAÇÃO INFILTRAÇÕES POSITIVAS NA UFRJ de 18 a 21 de junho de 2018:

a) O que faz você se engajar?

b) O que você poderia mudar na UFRJ?

=====

1. b) Cobraria por melhores computadores nos laboratórios do curso de CVD/EBA.
2. b) Menos burocracia na universidade e melhoraria os alojamentos.
3. b) Faria reforma curricular com construção coletiva entre discentes e docentes.
4. b) Mais apoio entre os alunos.
5. Uma bomba no planalto.
6. a) Eu deveria me engajar mais ... vou pensar e ponho no site.
7. b) Aproveitaria mais os móveis e materiais no CAFAU e CAEBA.
8. a) Professores motivados e participação de projetos.
9. b) Por mais professores formados em licenciatura.
10. a) Colegas motivados.
b) proporcionaria mais integração entre os cursos.
11. a) Nada! Quem se mete nessas coisas não se forma!
12. b) Não ao autoritarismo em sala de aula
13. b) Mais prática e menos teoria.
14. b) Mais teoria e menos prática.
15. b) Se a UFRJ é feita por todos por que não ter mais projetos inclusivos?
16. b) Distribuiria coerentemente as verbas entre os prédios e cursos.
17. b) Por mais divulgações profissionalizantes para os cursos.

18. b) Mais interação entre a FAU e a EBA.
19. b) Adaptar significa ressignificar dadas as condições para tal, desejo boas condições.
20. b) Não muita coisa! Acabar todos os pré-requisitos seria meu sonho.
21. b) Menos preconceito e mais amor.
22. b) Zelar mais pelas salas de aula! Mais conservação.
23. Estamos aqui para aprender, não sabemos de tudo no 1º período.
24. Afeto é revolucionário!
25. b) Promoveria mais eventos para o meu curso.
26. Só o amor salva.
27. b) Mais suporte para os alunos.
28. b) Mais tempos livres para outras atividades.
29. b) Mais empatia entre os alunos e menos “superioridade” entre os cursos.
30. b) Uma FAU mais leve.
31. b) Reforma no Pamplonão.
32. b) Incentivar a criatividade e não a produtividade!!!
33. Mais força e leveza.
34. b) Mais espaço no ateliê.
35. b) Menos competitividade e mais coletividade.
36. Quero busão para Maricá.
37. Falta didática em sala de aula.
38. b) Por que não doar as maquetes para crianças brincarem, ao invés de jogá-las no lixo?
39. b) Arrumar o equipamento tecnológico da piscina da EEFD.
40. b) Mais conforto na EBA! Mais carinho para os alunos.
41. b) Mais respeito com o CAEBA, por favor!
42. b) Mais projetos reais que envolvam nossa UFRJ e comunidade universitária.
43. b) Mais aulas de desenho ao ar livre e sobre as artes/arquitetura da EBA.
44. b) Um reitor que saiba de gestão e administrar o patrimônio da UFRJ.
45. a) Eu participo de uma ONG (Teto) de desenvolvimento comunitário.
b) Poderia mudar de tudo um pouco.
46. a) Paixão pela profissão que escolhi.

- b) Mudaria: mais segurança; trabalhos com prazos e demandas realísticas, mais exposições e mais cores.
47. b) Há uma forte necessidade de conexão entre os alunos da UFRJ, primeiramente. Acho que precisamos de mais criação e divulgação de projetos interdisciplinares. Acredito que posso somar com ideias para a conexão entre os alunos de diferentes cursos e até de diferentes universidades.
48. a) Ver o trabalho dos meus colegas e professores.
b) Penso que estamos sempre muito envolvidos com projetos fictícios e passando alheios ao que nos cerca; poderia haver uma interação maior dos cursos. Faltam organização e clareza na parte administrativa também.
49. a) Ver as coisas acontecendo.
b) Mais aulas de ilustração/desenho ao ar livre e visitas à exposições.
50. a) Arte.
b) Toda a grade curricular do curso de artes plásticas.
51. a) As minhas vivências (como mulher, interiorana, pobre, latina, educadora, etc.). A esperança de mudar as coisas e a sensação ainda que pequena, de que as coisas estão mudando para melhor.

b) Eu posso mudar as pequenas coisas. Ser mais afetuosa com as pessoas, ser mais amiga. Perguntar como as pessoas estão e como elas se sentem.
52. a) Problemas que vejo que sou também capaz de alterar.
b) O ambiente acadêmico de desvalorizar o fracasso.

Roteiro Focus Group

Grupo 1- Alunos da UFRJ

Introdução:

Explicar por que os participantes estão aqui.

Falar um pouco sobre a metodologia de Focus Group e o papel do moderador.

Anunciar que o encontro será gravado, pedir autorizações - entregar folhas de documentos para assinarem.

Início (perguntas genéricas):

Como vocês se sentem sendo um estudante da UFRJ?

Quais eram suas expectativas antes/no começo da faculdade?

Como vocês encaram a realidade hoje de ser um estudante de Design na UFRJ?

Direcionamento:

Qual vocês consideram ser o papel de um Designer (na sociedade a sua volta/ brasileira?)

Qual é o papel do ensino acadêmico de Design na sua formação (profissional e social)?

Como vocês qualificariam esse ensino para sua introdução no mercado de trabalho?

Qual seria um diferencial da universidade pública na sua formação?

Profundidade:

Como vocês se engajam socialmente?

De quais formas um estudante poderia ser mais proativo (socialmente)? O que poderia estimulá-lo?

Como vocês acham que o ensino do Design na UFRJ poderia contribuir para o seu engajamento social?

Espaço destinado a incluir perguntas que tenham surgido ao longo das discussões.

Resumo final das discussões - levantamento de palavras-chaves e perguntar se alguém mais tem algo a acrescentar.

FIM.

inf!ltra

De gota em gota, seremos Rios!

Como as águas que se infiltram nas paredes do prédio da Reitoria. Como os alunos que após o incêndio se infiltraram em outros prédios da Ilha do Fundão.

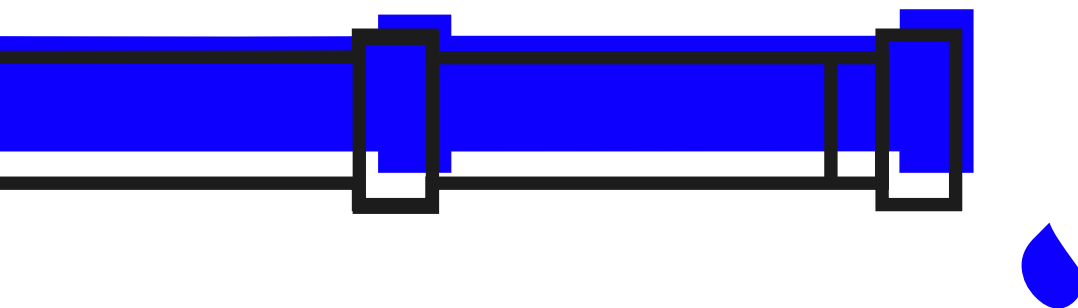
Somos agora a **subversão positiva das infiltrações...**

O Design precisa se infiltrar se deseja levantar sua bandeira interdisciplinar.

Infiltrar é disseminar, se espalhar como a água que de gota em gota, entre os poros da construção, forma canais, gera conexão, rios de conhecimento.

No encontro dos rios se formam novos rios - **mistura das águas.**

**quer saber mais? >>> www.projetoinfiltro.com.br
projetoinfiltro@gmail.com
[@projetoinfiltro](https://www.instagram.com/projetoinfiltro)**



P R O J E T O

inf!ltra

Manual da Marca

Este manual tem como objetivo especificar as melhores formas de utilização da identidade visual da marca **Projeto Infiltra**.

As normas e padrões aqui especificadas, visam facilitar e manter a integridade da identidade visual nas mais diversas aplicações. Todos os projetos realizados utilizando a marca devem seguir as especificações contidas neste documento.

_SUMÁRIO

Essência da marca | p. 04

- _apresentação
- _objetivos
- _manifesto

Design da marca | p. 08

- _logotipo
- _versões alternativas
- _versões monocromáticas
- _versões negativas
- _monogramas
- _arejamento
- _redução

Composição da marca | p. 18

- _paleta cromática
- _elemento de apoio
- _tipografia de apoio
- _padronagem
- _desenhos e imagens
- _exemplo composição

Aplicações da marca | p. 25

- _cartão de visita
- _site
- _instagram
- _camisas

_essência da marca

_APRESENTAÇÃO

O Projeto Infiltra é um piloto feito para o trabalho de conclusão do curso de Comunicação Visual Design de Thaís Limoeiro, aluna da UFRJ.

Desde meados de 2017, a estudante vem pesquisando, através de diversos métodos, sobre a relação entre os alunos de Design, a Universidade e a Sociedade.

Assim, surgiu a ideia de se criar o Projeto Infiltra para organizar diversas atividades que gerassem engajamento e diálogos em torno do Design e interdisciplinaridade.

_OBJETIVOS

Estimular os alunos a ampliar seus olhares para as necessidades da universidade e identificar demandas a sua volta e, a partir delas, ativar seu processo criativo e engajamento social.

Para tanto, são organizadas atividades para estimular a reflexão sobre Design e interdisciplinaridade.

_MANIFESTO

De gota em gota, seremos Rios!

Como as águas que se infiltram nas paredes do prédio da Reitoria.

Como os alunos que após o incêndio se infiltraram em outros prédios da Ilha do Fundão.

Somos agora a subversão positiva das infiltrações...

O Design precisa se infiltrar, se deseja levantar sua bandeira interdisciplinar.

Infiltrar é disseminar, se espalhar como a água que de gota em gota, entre os poros da construção, forma canais, gera conexão, rios de conhecimento.

No encontro dos rios se formam novos rios
- mistura das águas.

_design da marca

_LOGOTIPO

P R O J E T O

in!ltra

_LOGOTIPO

Visando se ater à essência e poética intrínseca no manifesto, a marca do Projeto Infiltra se propõe a ser descolada no meio estudantil e trazer a ideia do poder e maleabilidade da água para se infiltrar, de gota em gota, em novos ambientes e, assim, se espalhar. Dessa forma, é reforçada a ideia de um design interdisciplinar e fluido.

P R O J E T O
infiltra

_VERSÕES ALTERNATIVAS

P R O J E T O

inf!ltra
C V D / U F R J

P R O J E T O

inf!ltra

_VERSÕES MONOCROMÁTICAS

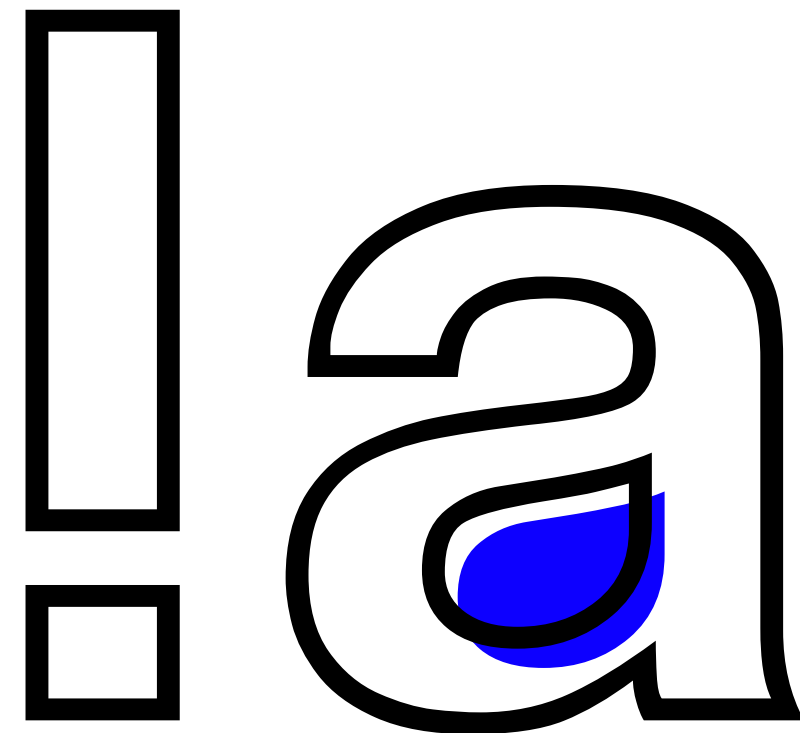
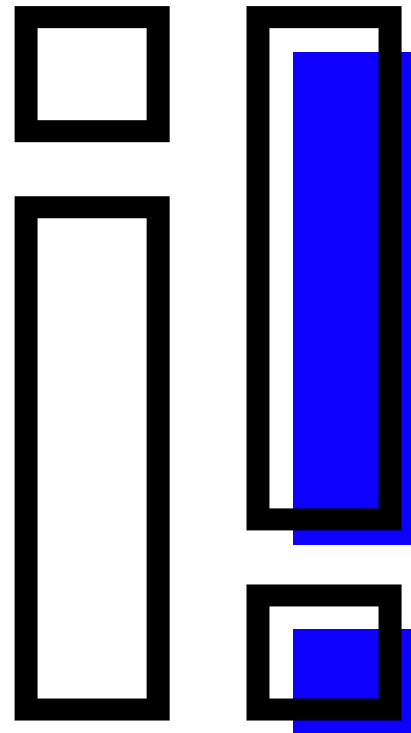
P R O J E T O
inf!ltra



_VERSÕES NEGATIVAS



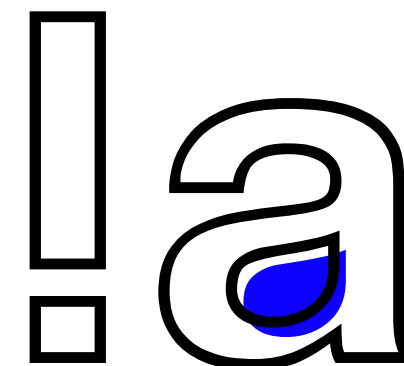
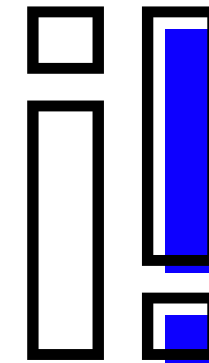
_MONOGRAMAS



_MONOGRAMAS

O monograma é a tradução da identidade em uma abreviação do logotipo.

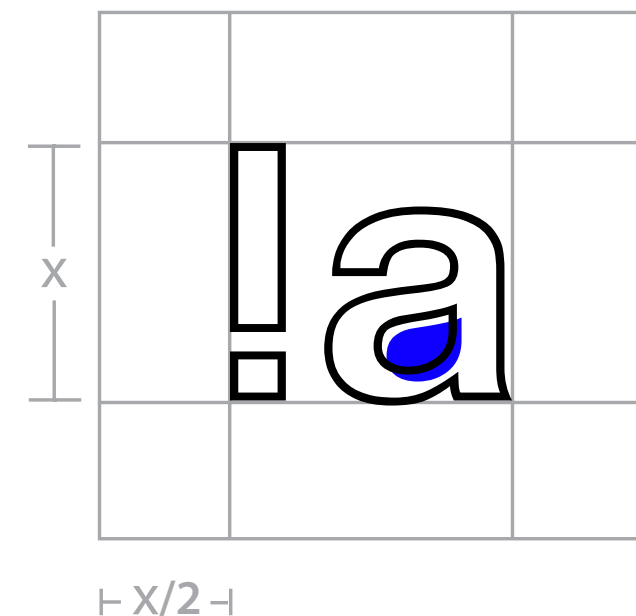
As opções poderão ser utilizadas em diversas peças, mas, preferencialmente, em ambientes nos quais a marca Projeto Infiltra, por extenso, já seja conhecida.



_AREJAMENTO

Para que a marca funcione corretamente, é preciso respeitar a margem de arejamento, que se baseia no tamanho da altura x .

No monograma, a área de respiro equivale a $x/2$.



_REDUÇÃO

Tanto em materiais impressos, quanto em mídias digitais, a redução máxima para aplicação é de 30 mm de largura, para resguardar a visibilidade da marca.

P R O J E T O
inf!ltra

P R O J E T O
inf!ltra

P R O J E T O
inf!ltra
← 3 cm →

***_composição
da marca***

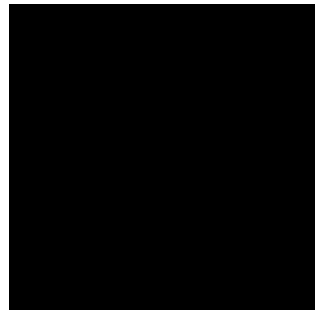
_PALETA CROMÁTICA

Principal:



RGB - R:13, G:0, B:255

CMYK - C: 100, M:88, Y:0 , K:0



RGB - R:0, G:0, B:0

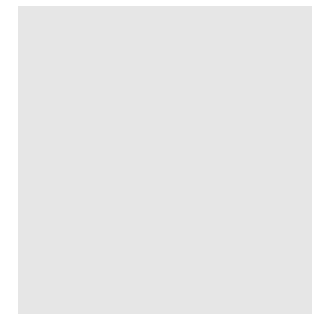
CMYK - C:0, M:0, Y:0, K: 100



RGB - R:255, G:255, B:255

CMYK - C:0, M:0, Y:0, K: 0

Auxiliar:

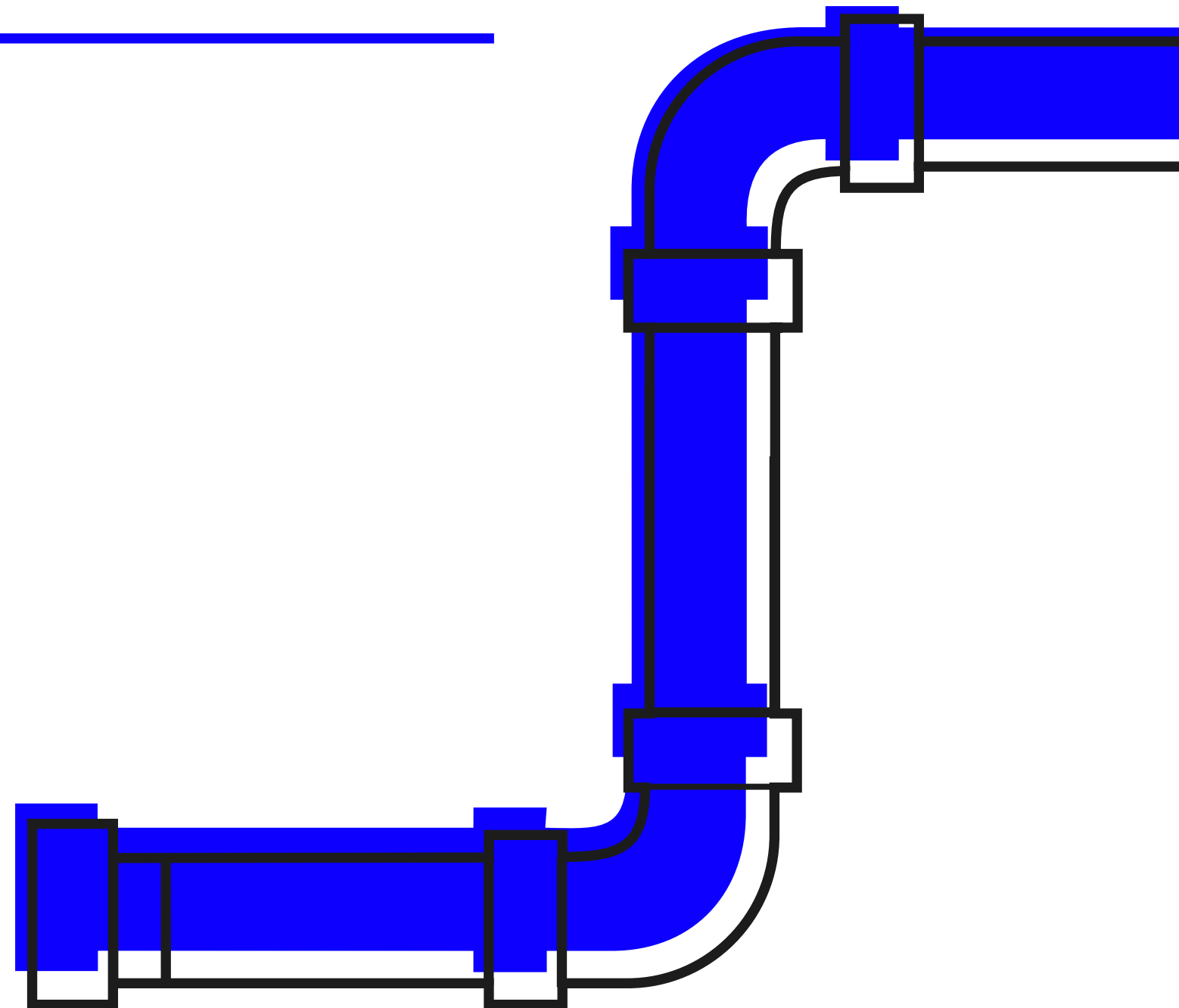


RGB - R:230, G:231, B:232

CMYK - C:0, M:0, Y:0, K:10

_ELEMENTOS DE APOIO

Os elementos de apoio criados para compor a identidade visual da marca foram canos de tubulações, com o preenchimento aparentando estar “fora de registro”, assim como a gota da letra “a” do logotipo.



_TIPOGRAFIA DE APOIO

Família Rubik

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

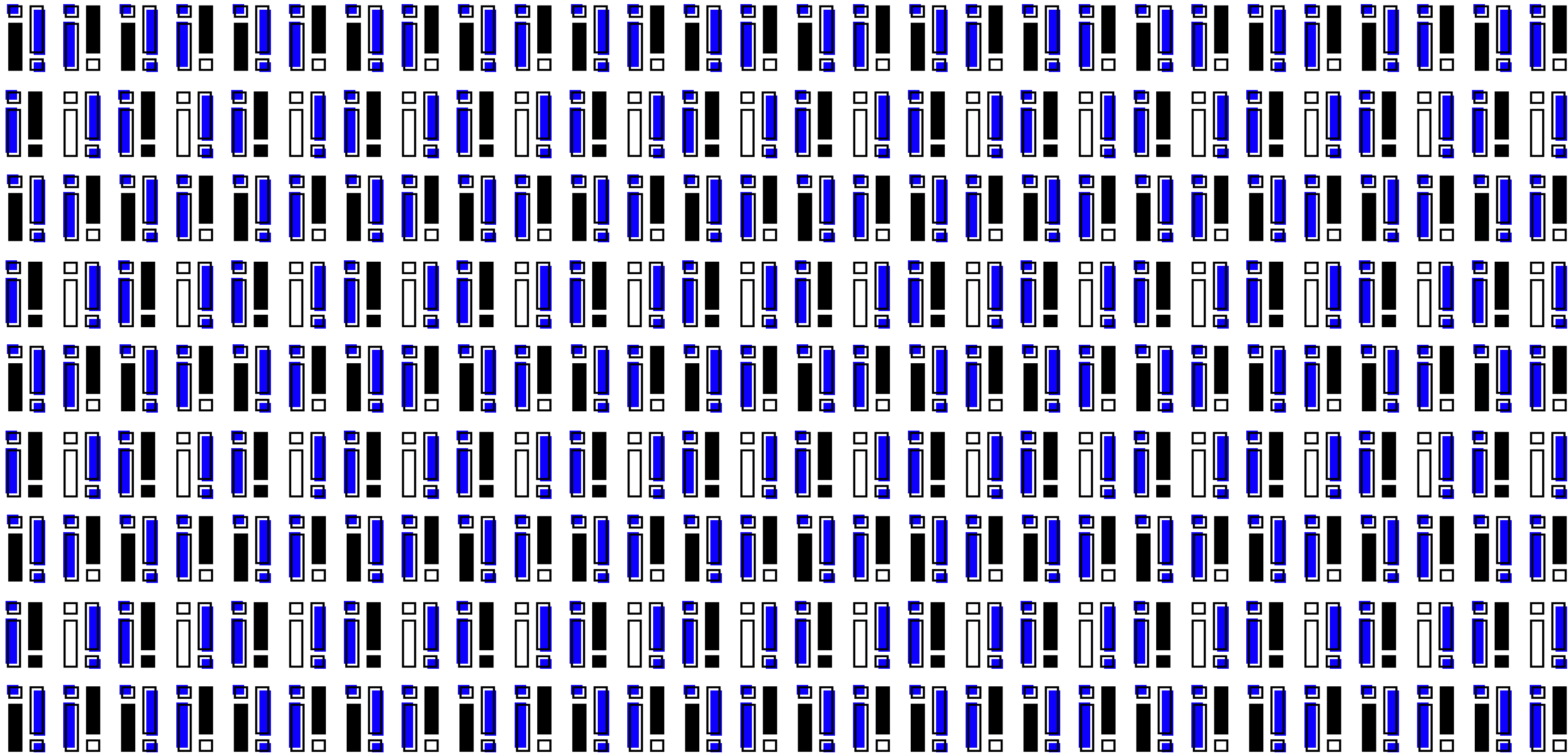
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

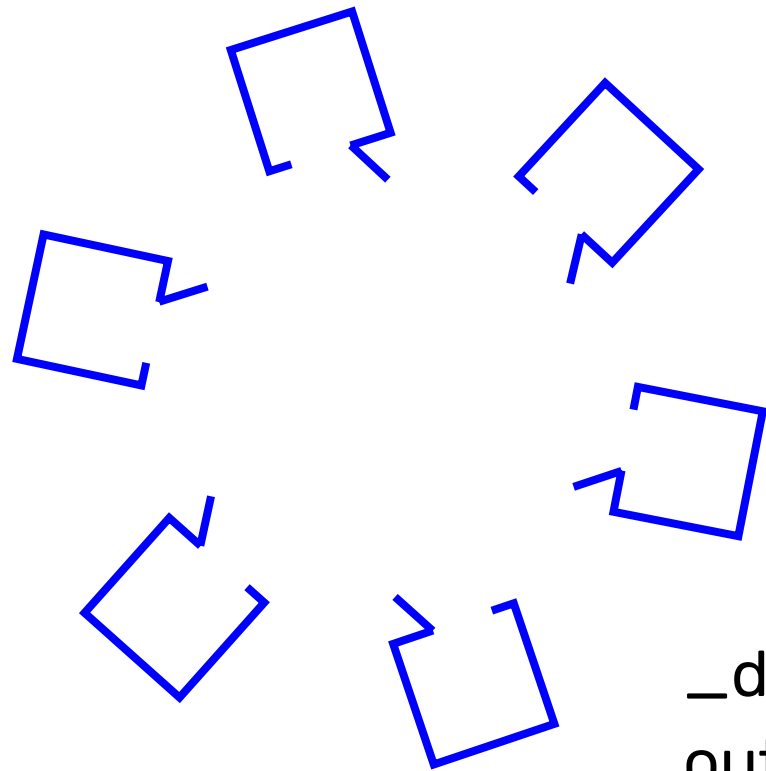
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

_PADRONAGEM



_DESENHOS E IMAGENS

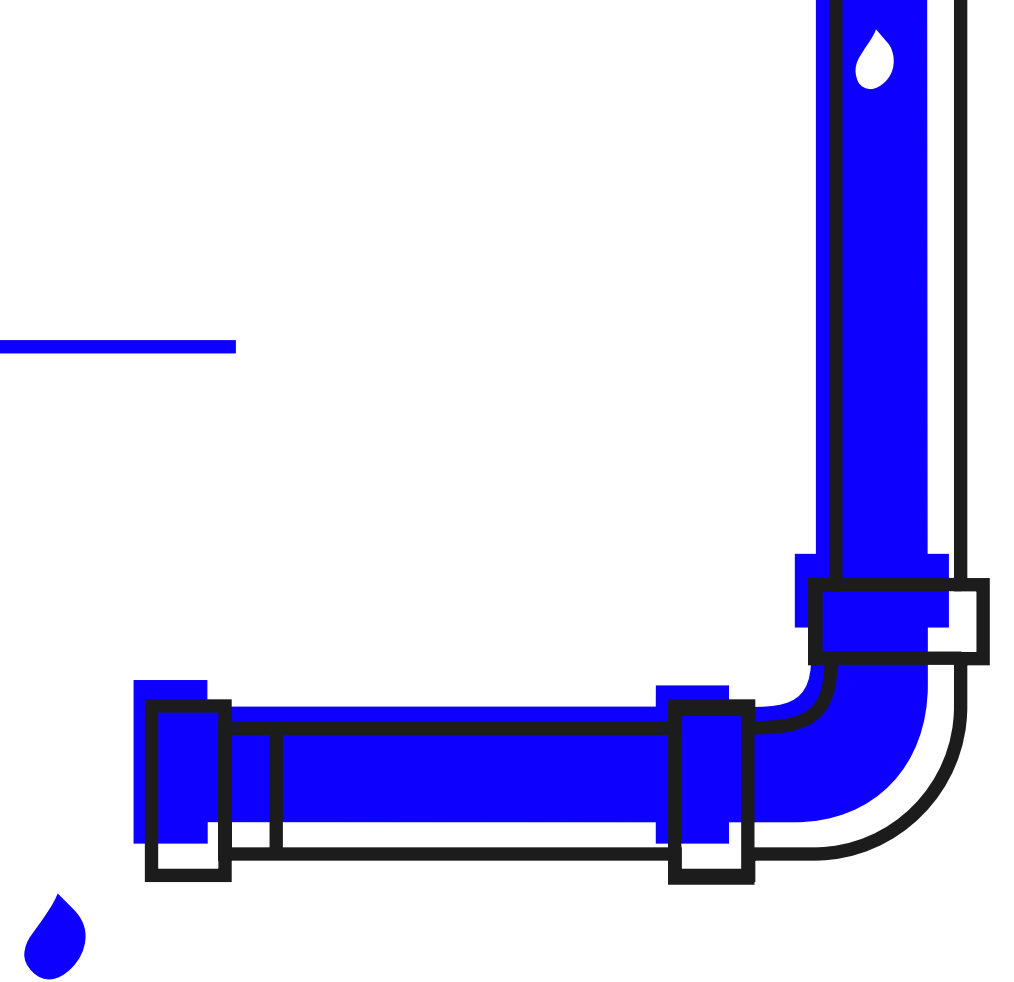


_desenhos e símbolos:
outline azul



_tratamento ideal para
anunciar eventos: retícula P&B

_EXEMPLO DE COMPOSIÇÃO



P R O J E T O

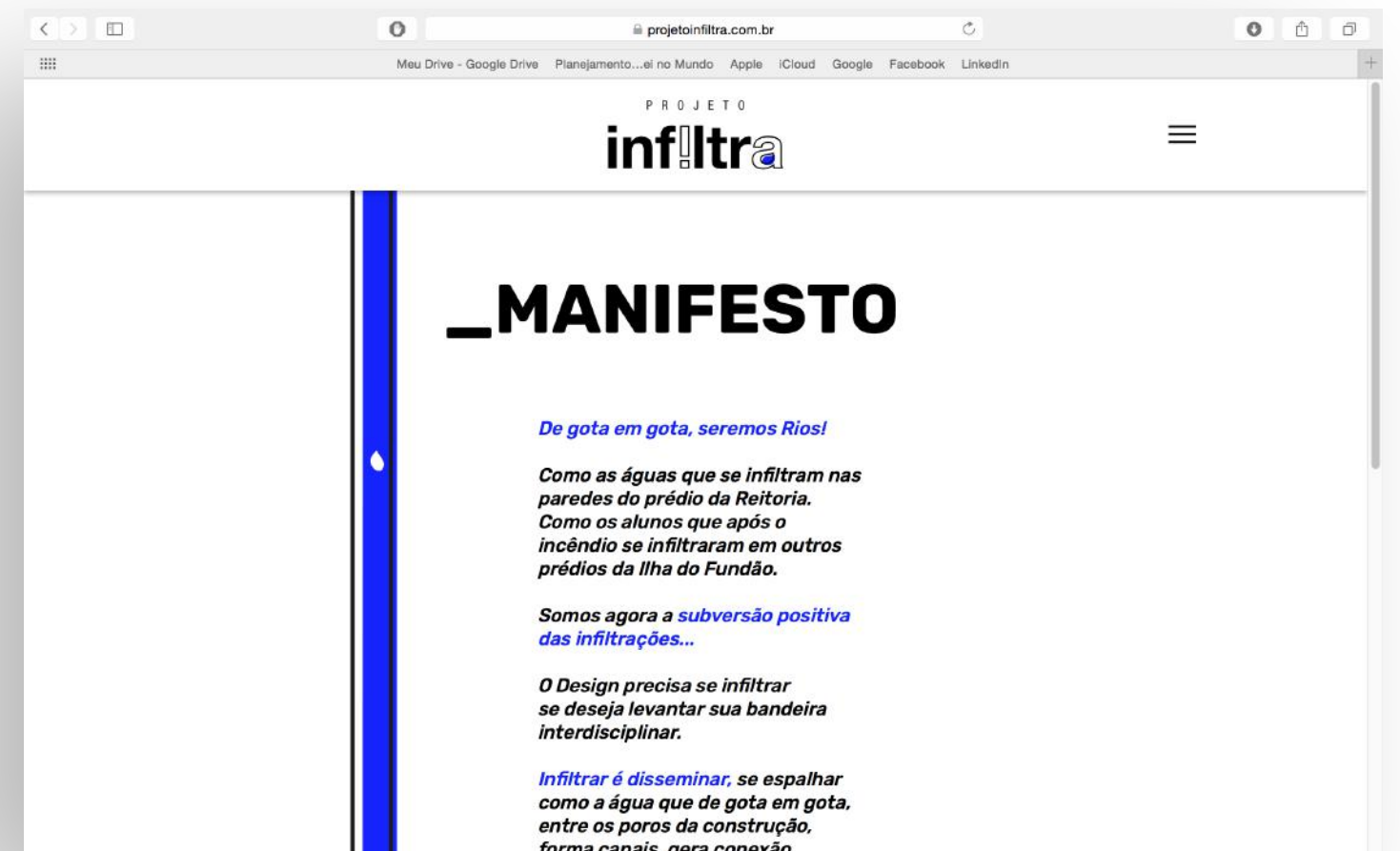
inf!ltra

_aplicações da marca

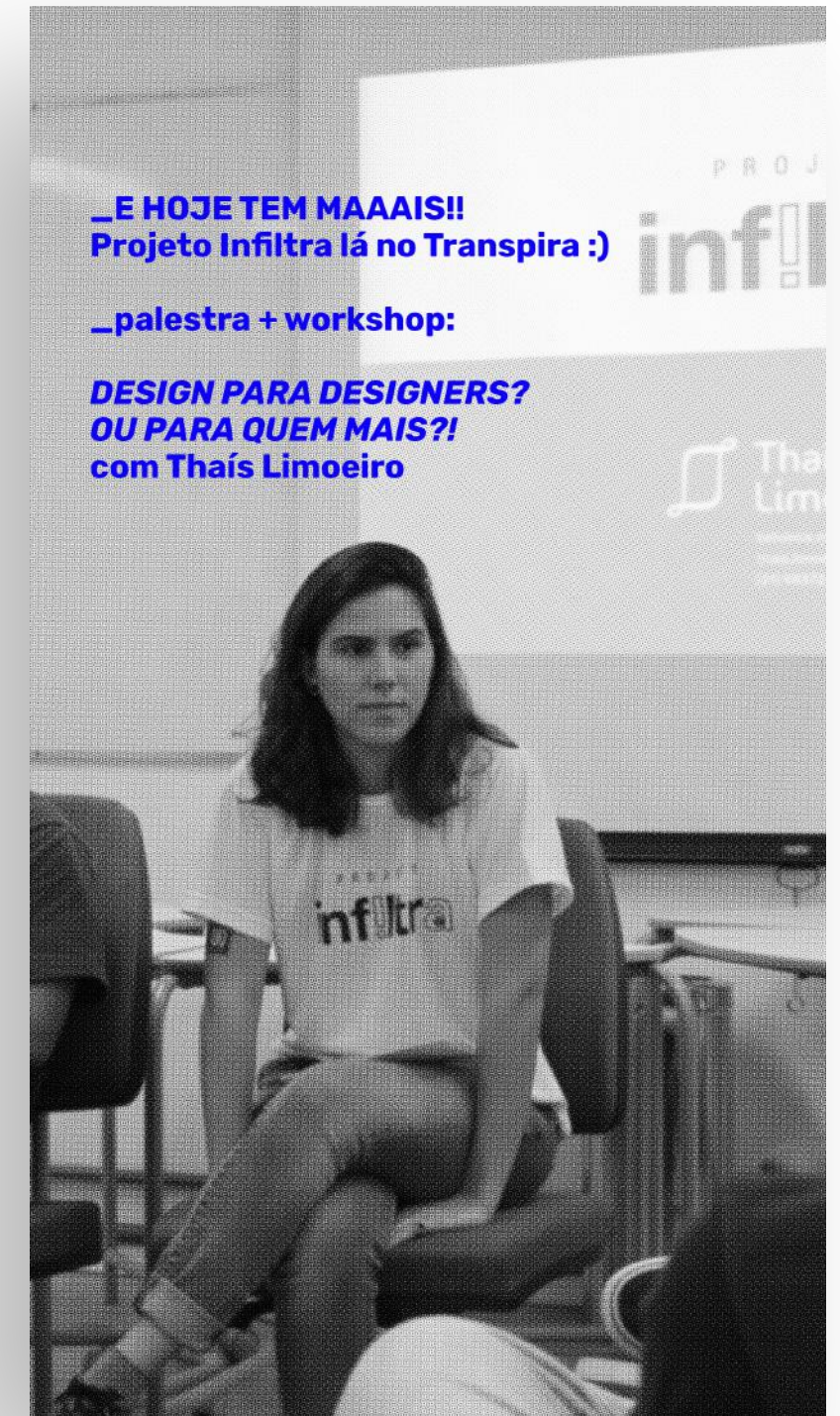
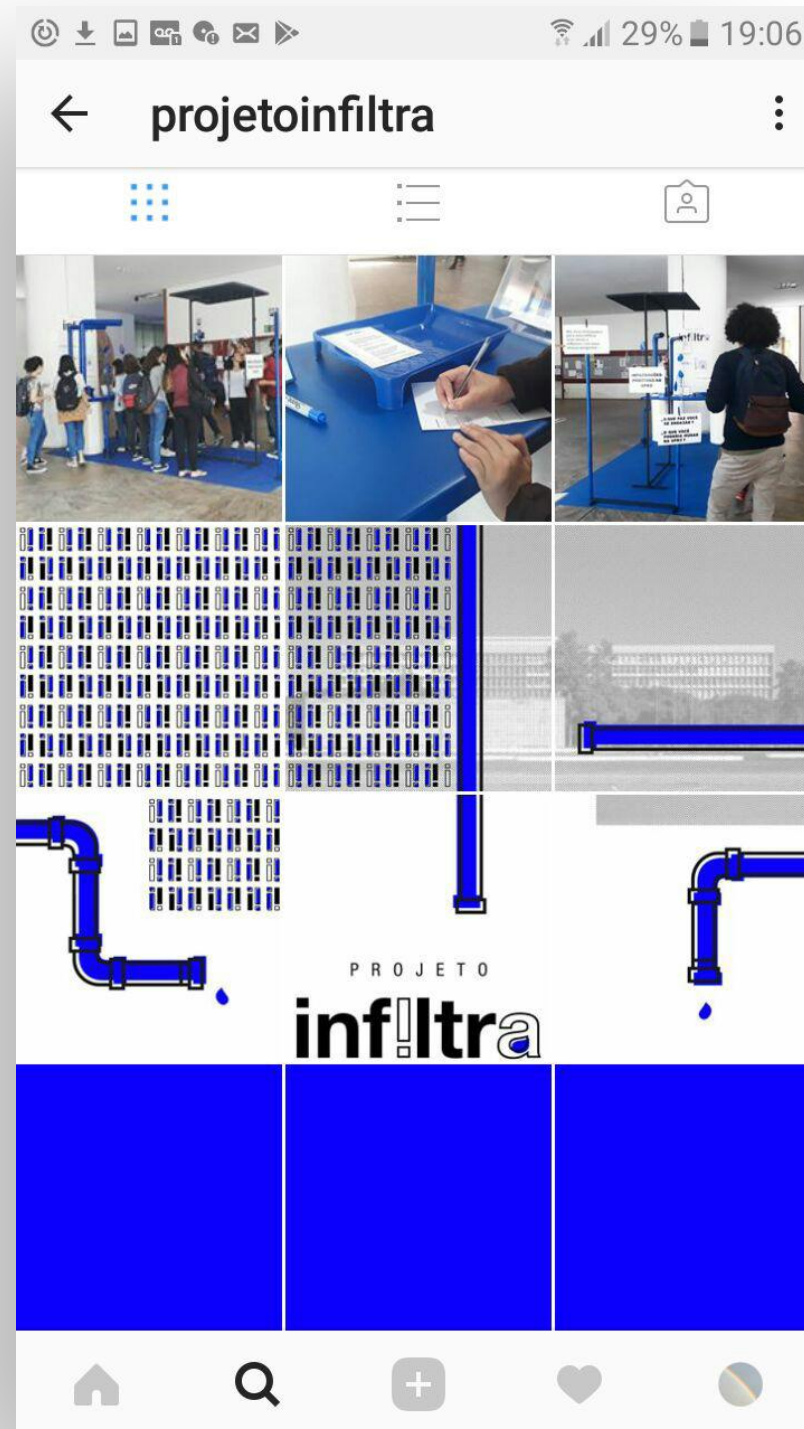
_CARTÃO DE VISITA



_SITE



_INSTAGRAM



_CAMISAS



_CAMISAS



www.projetoinfiltro.com.br

@projetoinfiltro

Identidade Visual: Thaís Limoeiro

Orientação: Raquel Ponte